



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

¿PERSONALIDAD Y ESTILOS DE VIDA? ANALISIS DEL
IMPACTO DE LA MUSICA EN INGLES EN LA FORMACION
DE LA PERSONALIDAD DE LOS JOVENES EN EL D. F.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

CRUZ CEBREROS PENELOPE

ASESORA: LIC. JUANA LILIA DELGADO VALDEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA

FEBRERO DEL 2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Paginación

Discontinua

AGRADECIMIENTOS

**PAPÁ POR SER MI EJEMPLO A SEGUIR, UN
HOMBRE HONESTO Y
DARME INCONDICIONALMENTE TU AMOR.**

**MAMÁ POR PERMITIRME FORMAR PARTE DE
TU VIDA Y AMARME.**

**JOSÉ LUIS POR TU INCANSABLE APOYO
Y COMPLICIDAD. TE QUIERO MUCHO.**

**A MIS ABUELOS MANUEL (q.e.p.d.), MARÍA,
JORGE Y HERLINDA, POR DARME UNA
MARAVILLOSA FAMILIA.**

**A JUANA LILIA DELGADO VALDEZ
MI ASESORA, POR SU DEDICACIÓN
Y APOYO.**

**A TI QUE ME ACOMPAÑASTE
EN ESTA AVENTURA.**

INDICE

Introducción.....	I
CAPITULO 1	
1. La comunicación humana.....	1
2. Medios de comunicación.....	6
2.1. Radio y televisión.....	10
2.2. La publicidad.....	15
3. El proceso de socialización.....	17
CAPITULO 2	
1. La transculturización E. U. A. - México.....	22
2. El rock.....	25
3. El pop.....	41
CAPITULO 3	
1. La música y su influencia en los jóvenes.....	49
2. Música y conducta.....	50
3. Música y actitudes.....	57
4. Música y personalidad.....	64
Conclusiones.....	75
Anexos.....	79
Bibliografía.....	91
Hemerografía.....	95
Discografía.....	96

INTRODUCCIÓN

La inquietud de tratar este problema en la tesis surgió a raíz de los sucesos violentos que se han registrado en Estados Unidos, donde estudiantes de preparatoria abrieron fuego en contra de sus compañeros; la opinión pública aseveró que dicho acto se debió a que los jóvenes eran seguidores de diversas bandas de rock que promueven la violencia y el uso de las drogas en sus canciones, y que había sido precisamente el mensaje de su música el que orilló a los jóvenes a atentar en contra de sus condiscipulos.

Aunque en México la violencia no ha llegado al nivel de los estadounidenses, si se ha acrecentado en las escuelas, basta recordar el caso de Sandra, una chica de 14 años que fue atacada por sus compañeros de escuela, quienes la atacaron sexualmente y enterraron viva. La edad de los chicos iba de los 14 a los 17 años. Y nuevamente el motivo era la violencia transmitida por los medios de comunicación lo que impulsó a estos jóvenes a cometer semejante acto.

De esta manera la sociedad culpa a los medios de comunicación y a la música que los jóvenes escuchan de los errores que ella ha cometido, sin querer darse cuenta de que es su desintegración y falta de valores la que ha llevado a los muchachos a adoptar actitudes que reflejan la descomposición social que estamos viviendo en la actualidad.

Si bien los medios de comunicación (la música incluida en ellos) influyen en la formación de la identidad de los jóvenes, éstos no son determinantes. Los medios de comunicación transmiten mensajes, y el público tiene (o debería tener) la capacidad para tomar o desechar lo que de éstos le puede servir. Así si los cantantes de rock o pop mencionan en sus canciones "hacer el amor" no quiere decir que se está induciendo a los jóvenes a que lo hagan; lo mismo pasa con el tema de la drogadicción o cualquier otro tema que "afecte" las buenas costumbres o rompa las reglas para una buena convivencia en una sociedad que vive una doble moral.

Entonces la idea de trabajar este tema es mostrar a la música como un medio de comunicación que al igual que los otros (televisión, radio, prensa, etc.), transmite mensajes públicos, abiertos y no privados; y que además son susceptibles de ser interpretados, adoptados o desechados de acuerdo a la ideología individual.

Para efectos de nuestro trabajo hablaremos de la música comercial, no porque esta sea la mejor y la única música que escuchan los jóvenes, sino porque es ésta la que más se difunde en los medios de comunicación y es por tanto a la que mayor acceso por su continuo bombardeo tienen los jóvenes.

En nuestro primer capítulo hablaremos de la comunicación humana. Empezamos por revisar las formas de comunicación humana, desde la comunicación no verbal hasta el uso del lenguaje. También exponemos sus características y sus fines. Así como el modelo comunicacional de la orquesta, que es el modelo en cual nos basaremos para realizar nuestra investigación.

Igualmente hablaremos de los medios de comunicación, los definiremos y daremos sus características. Haremos una breve revisión de los principales medios de comunicación, para posteriormente centrar nuestra atención en la radio y la televisión, que son los medios que ocuparemos en el desarrollo de nuestro trabajo. También tratamos a los medios de comunicación como agentes socializadores de los individuos, de aquí nos ligamos al proceso de socialización.

Dentro del proceso de socialización hablamos de otros agentes socializadores como la familia, la escuela y el grupo de amigos. Así como la forma en que estos afectan la formación de la personalidad de los jóvenes.

Nuestro segundo capítulo lo iniciamos con el tema de la transculturización: Estados Unidos - México, esto para explicar el porque tomamos a la música en inglés en nuestro trabajo. Además de exponer las formas en que esta transculturización se está dando a través de los medios de comunicación y como afecta nuestra estructura social y cultural.

Una vez que hemos hablado de la transculturización, pasamos de lleno al tema de la música; primero al rock & roll, del cual hacemos un pequeño recorrido

histórico hasta llegar al rock que escuchamos en la actualidad, pasando por todas las vertientes musicales que se dieron a partir del rock & roll. En este recuento hablamos de los principales exponentes y de las canciones que llevaron al rock a ser la cultura musical más vasta del mundo.

Una vez que hemos visto el desarrollo del rock, pasamos a la música pop, de la cual, al igual que el rock hacemos una breve reseña histórica en la que nos encontramos un sinnúmero de exponentes y canciones que han hecho del pop un negocio redondo, ya que sus exponentes no se conforman con acaparar el mercado de la música, sino que también abarcan el cine, la moda, la juguetería, etc.

Ya en nuestro tercer y último capítulo exponemos, explicamos y ejemplificamos la influencia que la música puede llegar a tener en la formación de la personalidad de los jóvenes. Para tal efecto hemos dividido el capítulo en tres partes. En la primera hablamos de la música y la conducta, abarcando temas como la moral y los valores, y el problema de la violencia en los jóvenes.

En la segunda parte hablamos de las actitudes, en especial las actitudes que los jóvenes presentan frente al sexo y la drogadicción. Para finalmente, en nuestro último apartado conjuntar estos dos componentes de la personalidad (conducta y actitudes) y ver en que medida la música influye en la construcción de la personalidad de los adolescentes.

Al final de nuestra trabajamos anexamos dos artículos acerca de Marilyn Manson y Alanis Morissette, ya que hablamos de ellos en la tesis y en su momento causaron polémica por su singular personalidad y la forma en que los jóvenes los seguían, haciendo de ellos su principal modelo a seguir.

1. LA COMUNICACIÓN HUMANA

"La comunicación es la matriz en la que se encajan todas las actividades humanas. Podemos definir a ésta como el sistema de comportamiento integrado que calibra, regulariza, mantiene, y por ello, hace posibles las relaciones entre los hombres.

Un individuo no se comunica, sino que toma parte en una comunicación en la que se convierte en un elemento. Puede moverse, producir ruido..., pero no se comunica. En otros términos, no es el autor de la comunicación, sino que participa en ella. La comunicación en tanto que sistema no debe pues concebirse según el modelo elemental de la acción y la reacción por muy complejo que sea su enunciado. En tanto que sistema, hay que comprenderla al nivel de un intercambio."¹

Este modelo de comunicación no se basa en el tipo del telégrafo o del ping - pong (un *emisor* envía un *mensaje* a un *receptor*, que a su vez, se convierte en emisor, por medio de un *canal*), sino en la *metáfora de la orquesta*.

En este modelo de la orquesta, "la comunicación se concibe como un sistema de canales múltiples en el que el autor social participa en todo momento, tanto si lo desea como si no: por sus gestos, su mirada, su silencio e incluso su ausencia... En su calidad de miembro de una cierta cultura, forma parte de la comunicación , como el músico forma parte de la orquesta."²

La diferencia entre la composición musical y la comunicación es que la composición musical posee una partitura explícita y conscientemente aprendida, mientras que la "partitura" de la comunicación no puede ser formulada "por escrito" y hasta cierto punto es aprendida inconscientemente.

¹ BATESON, BIRDWHISTELL, et.al., La nueva comunicación, Ed. Kairós, 4ª Edición, Barcelona 1998, p. 37, 163 y 77.

² *Ibidem*, p. 6.

Este modelo de la comunicación tiene la finalidad de hacer comprender cómo puede decirse que cada individuo participa en la comunicación, en vez de decir que constituye el origen o el fin de la misma.

Todas las actitudes comunicativas humanas tienen su origen y su fin en la conciencia y la razón. Lo que equivale a decir que es intencional, pues participa la voluntad de comunicarse con arreglo a fines. Es por tanto un problema de libertades.

Como fuentes o receptores de comunicación queremos satisfacer nuestras necesidades, nuestros impulsos, cumplir con nuestros propósitos. Sin embargo, lo que obtengamos de una situación de comunicación dependerá de nuestros propios valores, de la sociedad y del medio cultural en el cual nos movamos.

"En toda situación de comunicación seleccionamos temas, tratamos mensajes, elegimos canales, en parte sobre la base de la posible recompensa que habremos de obtener."³

La comunicación entre los hombres integra múltiples formas de comportamiento, no podemos hablar sólo de comunicación verbal, no existen sólo las palabras, éstas generalmente están acompañadas de gestos, interacciones, movimientos corporales, etc.

El lenguaje corporal y el lenguaje verbal se integran en un sistema constituido por una gran diversidad de formas de comunicación, tales como el tacto, el olfato, el espacio y el tiempo. Esta es la llamada comunicación no verbal.

"Nuestro cuerpo también habla a través de nuestras emociones, que, en el sentido propio de la palabra, son "movimientos" de nuestro organismo: se tiembla de miedo, se enrojece de vergüenza, etc.; estas reacciones físicas en las cuales se expresa lo que sentimos, traducen por medio del lenguaje la manera en que percibimos y representamos estos fenómenos."⁴

Estos signos de origen natural, cuya función es comunicar, van conformando un código gestual, código que presenta las principales características del lenguaje

³ BERLO, David, El proceso de la comunicación, Ed. El Ateneo, 18ª reimpresión, Argentina 1996, p. 55.

⁴ GUIRAUD, Pierre, El lenguaje del cuerpo, Ed. Breviarios del FCE, 2ª reimpresión, México 1994, p. 7.

articulado: transmisión de información, sistema de oposiciones pertinentes, arbitrariedad del signo, variantes cronológicas y culturales, etc.

Según su naturaleza y su función se pueden distinguir diferentes tipos de códigos corporales. Primero los sustitutos del lenguaje articulado, en los cuales el gesto y la mímica reemplazan los sonidos (el lenguaje de lo sordomudos, por ejemplo).

Luego los auxiliares del lenguaje articulado en los cuales los gestos o demás movimientos corporales acompañan las palabras, este estudio, generó tres nuevas disciplinas:

1. La *kinética* o estudio de los gestos y mímica.
2. La *proxemia* o estudio de las posiciones del cuerpo en el espacio cultural.
3. La *prosodia* o estudio de las entonaciones y de las variaciones de la voz.

Una vez que sabemos que hay comunicación verbal y no verbal, podemos decir que es imposible dejar de comunicarse. Los individuos no solamente escuchan, hablan y se comunican entre ellos por medio de palabras, sino que también utilizan todos sus sentidos para proyectar en formas concretas todo lo que perciben del medio que los rodea.

Tradicionalmente, la *percepción* se había enfocado como un mecanismo de recepción de estimulación,⁵ aunque posteriormente se demostró que el proceso es mucho más dinámico y funcional de lo que se había supuesto, es decir, la percepción no depende sólo de la naturaleza de los estímulos, sino que sobre ella influyen los estados y disposiciones del organismo. Percibir no es recibir pasivamente estimulación; es seleccionar, formular hipótesis, decidir, procesar, eliminando, aumentando o disminuyendo aspectos de ésta. Al igual que todo proceso, la percepción resulta afectada por el aprendizaje, la motivación, la emoción y todo el resto de características permanentes o momentáneas de los sujetos.

⁵ Es decir, un mecanismo susceptible de fomentar o inducir una conducta o comportamiento en el individuo (N. de la A.)

Sin embargo, hay otros factores que intervienen en el proceso de percepción:

- "a) Los valores del individuo determinan la velocidad del reconocimiento de los estímulos.
- b) El valor que tienen los objetos percibidos para los sujetos determinan la magnitud con la cual se perciben.
- c) Las características de la personalidad de los sujetos generan predisposiciones que determinan formas típicas de percepción."⁶

Las primeras percepciones del mundo que tiene el hombre son vagas, confusas, sin forma. Desde un principio el individuo trata de imponer una estructura a lo que percibe; trata de formalizar, de organizar sus percepciones.

Como parte de la interacción hombre - ambiente, se realizan ajustes permanentes en el individuo. Los continuos cambios en el medio físico y social lo obligan a desplegar complejos mecanismos adaptativos que tienden a la emisión de respuestas óptimas respecto de las transformaciones del medio. Como parte de este proceso es fundamental, además de la percepción del medio físico, la evaluación de la conducta de los demás y de los propios estados de expectativa, esto es la llamada *percepción social*.

"Inicialmente, el término *percepción social* se utilizó para indicar la influencia de los factores sociales y culturales en la percepción; la forma en que el medio social afecta los procesos perceptuales. Posteriormente el campo se extendió e incluyó los mecanismos de percepción de los otros, la formación de impresiones, el reconocimiento de las emociones, la percepción que el individuo tiene de su medio físico y social, y más recientemente, el mecanismo de atribución."⁷

La percepción social parte de un análisis basado en la relación del individuo con el medio físico y social. El hombre se encuentra inmerso en un medio físico, donde existe una estructura y una formación socioeconómica que determina el tipo de relación con el medio y con los demás hombres. Estas constantes existen también en las conductas que el sujeto despliega frente al medio y los llevan a

⁶ SALAZAR, José Miguel, Psicología Social, Ed. Trillas, México, p. 78

⁷ *Ibidem*, p. 77.

adoptar patrones de recepción de información, procesamiento y decisión, restringidos en función de las características del medio.

"De la teoría freudiana aceptamos la premisa de que solo ciertos aspectos del proceso de la comunicación humana pueden acceder a la conciencia de los participantes esto resulta evidente porque la mayoría de los procesos mentales (comprendidos en particular los mismos procesos de percepción) no pueden ser controlados por la conciencia."⁸

Esto en términos de comunicación nos interesa porque lo que nosotros queremos saber es qué señales llegan al receptor y qué señales sabe él que ha recibido. Ponemos así el acento en la percepción de la comunicación. Ya que la elaboración de los mensajes verbales o no verbales contienen una gran cantidad de materiales inconscientes.

Por otra parte la *psicología de la forma* (que se funda en la hipótesis de la figura y el fondo) sugiere que tanto el emisor como el receptor de los mensajes comunicativos "están constituidos de tal manera que para comprender lo que ocurre pueden y deben servirse del hecho de que ciertas posibles señales no están presentes."⁹

Lo que sabemos del lenguaje y de la comunicación en general muestra que siempre habrá varias maneras en que el mensaje se crea y/o la forma en que es recibido e interpretado por quien lo escucha.

Cada hombre conoce una porción de incertidumbre en cuanto al tipo de mensajes que emite, y, a la vez, cada uno de nosotros tenemos la necesidad y la capacidad de ver cómo son recibidos nuestros mensajes para así saber lo que eran.

"En términos comunicacionales, esto puede traducirse declarando que las mismas reglas de la percepción de uno mismo, de las reglas que gobiernan la formación de una imagen de sí, son modificadas por la manera en que los demás reciben nuestros mensajes."¹⁰

⁸ BATESON, Op. cit., p. 124.

⁹ *Ibidem*, p. 129.

¹⁰ *Ibidem*, p. 139.

Se trata de partir no de la naturaleza psicológica de los individuos sino de los sistemas en los que la sociedad se inserta: interacciones, familia, instituciones, grupos, sociedad, cultura.

2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cuando hablamos de medios de comunicación, tenemos que hablar de comunicación masiva o colectiva. Este tipo de comunicación es la que se establece entre un sólo emisor y un gran número de receptores, valiéndose de canales técnicos, por medio de los cuales se producen y distribuyen productos comunicativos, los que se han convertido en un cauce dominante de todo tipo de información e interacción comunicativa contemporánea. Es diferente de otras manifestaciones comunicativas porque se dirige a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo, los mensajes son transmitidos públicamente y llegan simultáneamente a una gran cantidad de personas. Este tipo de comunicación se caracteriza porque sus mensajes son transmitidos a través de medios colectivos de comunicación.

Los medios de comunicación colectiva son las diversas formas industrializadas de producir información y entretenimiento en la sociedad de consumo: televisión, periódicos, radio, cine, discos, libros, publicidad, los carteles, los anuncios espectaculares, las revistas, los volantes e impresos similares, etc., están diseñados para promover y establecer procesos de comunicación de ideas, saberes, creencias, etc., simultáneamente con grandes colectividades. Penetran prácticamente en toda la población urbana y en gran parte de la población rural, intentando imponer formas universales de comportamiento y consumo.

Los medios de comunicación son a la vez, esos canales de difusión y medios de expresión que se dirigen no a un individuo o persona, sino a un público destinatario definido por unas características socioeconómicas y culturales en el que cada receptor es anónimo.

Los medios de comunicación colectiva vinculados con el desarrollo de las grandes economías mundiales contribuyen a darle celeridad a las comunicaciones intercontinentales, a globalizar procesos políticos, económicos y sociales, manifestación que en ninguna otra época tuvo lugar.

En el desarrollo de los medios de comunicación colectiva nos encontramos con cuatro elementos principales: la tecnología; la situación política, social, económica y cultural de una sociedad; el conjunto de actividades, funciones o necesidades; y sobre todo la gente, en cuanto constituida en grupos o clases.

"Los medios difieren unos de otros por la extensión de su audiencia (...) difieren por la naturaleza de los mensajes enviados (...), por las virtudes que esconden o por su inclinación: distraer más que informar, propagar conocimientos particulares o formar el pensamiento del prójimo".¹¹

Bajo el criterio de un inventario completo y pertinente de los medios podemos distinguir tres grupos de éstos:

- 1) **MEDIOS AUTÓNOMOS.** Son los soportes sobre los cuales se inscriben los mensajes y que no requieren de ninguna otra conexión a una red en particular: los libros, los periódicos, los discos, los audiogramas, los videogramas, los *diskettes*. Para permitir su lectura son necesarios algunos equipos como: grabadoras, video grabadoras y computadoras.
- 2) **MEDIOS DE DIFUSIÓN.** Realizan sus transmisiones por medio de ondas hertzianas de programas de radio en una zona de cubrimiento cuya extensión varía de acuerdo con los equipos emisores y de los equipos receptores utilizados. Tienen como característica principal que funcionan siempre en una sola dirección, del emisor al receptor. Ejemplo de esto son la radio y la televisión.
- 3) **MEDIOS DE INTERCOMUNICACIÓN:** Ya sea una "comunicación bipolar o multipolar. Comprende todos los instrumentos de telecomunicación que permiten instaurar a distancia y en ida y vuelta, sea una relación de diálogo entre dos personas o entre dos grupos; o una relación de un lado entre una persona o un

¹¹ BALLEY, Francis., Comunicación y sociedad, Edición Facsimilar.

grupo, y del otro lado, una máquina que contiene una batería de programas o servicios."¹² Son medios de intercomunicación el teléfono y el Internet.

Según Balley este "inventario de medios" es "completo en cuanto a que no establece ninguna discriminación entre las técnicas, sean éstas muy antiguas o de reciente aparición. Pertinente en relación con su objeto: informar sólo la diversidad de modalidades de intercambio entre los hombres, sobre las variadas formas del "comercio de las ideas" al que se dedican."¹³

La historia de los modernos medios de comunicación colectiva inicia con el *libro impreso*, que fue sin duda una especie de revolución siempre unida con el desarrollo de la sociedad, aunque en un principio tan sólo se tratara de una técnica que servía para reproducir los mismos textos que ya se copiaban con profusión. Sólo gradualmente condujo a un cambio de contenido - obras de carácter mas secular, práctico y popular -.

Seguido por la *prensa* que desde siempre ha sido un adversario potencial del poder establecido, por lo que el Estado la ha considerado una amenaza para sus intereses. Una característica importante de la prensa es su accesibilidad a las clases populares, denominada "*prensa comercial*" por dos razones: "su aprovechamiento como negocio comercial rentable por las empresas periodísticas monopolistas y la gran importancia de la publicidad para sufragar los costos de funcionamiento."¹⁴ Lo cual ha permitido el surgimiento de una nueva clase de periódico como consecuencia de la comercialización, es una prensa más ligera y entretenida que se ocupa más de lo sensacionalista como violencia, crímenes, escándalos de personas famosas, etc.

El *cine* "no surgió en una tierra virgen y sin cultivo: asimiló rápidamente elementos que tomó de todo el saber humano. Lo que constituye la grandeza del cine es que es una suma, una síntesis también de muchas artes."¹⁵ El cine se inició a finales del siglo XIX. París fue el escenario de la primera función cinematográfica.

¹² *Ibidem*. Edición Facsimilar.

¹³ *Ibidem*. Edición Facsimilar.

¹⁴ McQUAIL, Denis, citado por GARAY, Cruz Luz Ma., en su Tesis de Licenciatura, *Antología: Otros medios de Comunicación*, (Tesis Profesional) UNAM, México 1994, p. 339.

¹⁵ SADOUL, Georges, *Historia del cine mundial*, Ed. Siglo XXI, 16ª reimpresión, México 1998, p. 1.

el 28 de diciembre de 1895, en los sótanos del Gran Café del Bulevar de los Capuchinos , allí ocurrió el inicio del nuevo arte.

Tal vez, el secreto de su éxito inmediato y mundial , fue el argumento de sus películas que eran siempre escenas de la vida real. Sin embargo, el cine como lo conocemos en al actualidad fue concebido por George Méliès, él hizo del cine un espectáculo, utilizando la mayoría de los recursos teatrales. Su rica fantasía dió en 1902 su obra maestra: *El viaje a la luna*.

El cine a lo largo de su historia se ha ganado la libertad de abastecer las demandas de contenidos violentos, terroríficos, pornográficos, de aventura, musicales, etc. Pese a esto "el cine no ha conseguido plenos derechos de autoexpansión política y artística, motivo por el cual muchas películas del llamado cine de arte, aún hoy pasan por comisiones de permisos, censura y facultades de control para decidir si pueden o no ser proyectadas."¹⁶

La radio y la televisión a diferencia de los medios anteriores, "fueron diseñadas ante todo como un sistema de transmisión y recepción en abstracto, con poca o ninguna definición previa del contenido."¹⁷ Tal vez la principal innovación y característica común a la radio y la TV sea la descripción y presentación en directo de los acontecimientos en el momento justo en que ocurren. Pero a ellos regresaremos en nuestro siguiente apartado.

En la actualidad *la computadora* y más concretamente *Internet* , con su capacidad para la rápida organización, almacenamiento y entrega de vastas cantidades de información, incluso de textos, imágenes, música e instrucciones para que otras máquinas manejen su información y la encaminen a través de la red "están modificando nuestras vidas, afectándolas en el plano físico (en su biosedentarismo, por ejemplo), en el intelectual y en el emocional."¹⁸

Sin embargo, para efectos de nuestra trabajo centraremos nuestra atención en la radio y la televisión, dado que son los principales escaparates de los exponentes de la música que trataremos.

¹⁶ McQUAIL, en GARAY, Op. cit., p. 351.

¹⁷ *Ibidem.*, p. 341.

¹⁸ GUBERN, Román, *El eros electrónico*, Ed. Taurus, México 2000, p. 8.

2.1. RADIO Y TELEVISIÓN

La primera utilización masiva de la radio se produjo durante la 1era Guerra Mundial para atender las comunicaciones militares, sin embargo, "los intereses económicos de las compañías eléctricas pudieron más que los militares y así nació en los años 20 la radio comercial, para la información y el entretenimiento general que ha prevalecido hasta hoy."¹⁹

La radio surgió como un medio de comunicación bidireccional, ya que su función era establecer un vínculo entre dos sujetos alejados físicamente que necesitaban estar constantemente en comunicación, por ello emisión y recepción operaban en ambos sentidos.

La radio es un medio que sólo emite sonidos, razón por la cual no llega a los otros sentidos del receptor. No obstante, todas las implicaciones sonoras se pueden aplicar a la radio, pues el sonido no tiene límites ni en lo que se refiere a su origen ni en cuanto a su difusión; se difunde naturalmente y percibe involuntariamente, en contraposición a lo que ocurre con la visión que depende de la voluntad. Este aspecto auditivo de la radio es una característica que le permite enviar mensajes en algunos lugares y momentos que no requieren toda nuestra atención.

Por razones obvias, el sonido presenta limitaciones de carácter natural, pues la imagen auditiva es más imprecisa que la imagen visual; depende en gran medida de la estructura psicológica y cultural del oyente, motivo por el que evoca lo que el receptor desea imaginar.

Por sus características puramente auditivas, la radio puede convertirse en un vínculo de comunicación con cualquier tipo de persona, sin importar condición social y educativa, particularmente sin exigir demasiado esfuerzo. "Por lo anterior, puede ser un medio adecuado de comunicación para determinados estratos de la sociedad, como es el caso de los analfabetos, ya que puede ser un medio muy eficaz para efectos de educación radiofónica hacia la alfabetización".²⁰

¹⁹ ibidem, p. 12.

²⁰ DE LA TORRE, Zemeño, Taller de análisis de la comunicación 2, Ed. Mc Graw Hill, México 1995, p. 88.

La radio es un medio de comunicación instantáneo, pues puede transmitir los hechos en el preciso momento en que ocurren. Además, las estaciones de la radio, están continuamente transmitiendo en todo el mundo. Por otra parte, resulta interesante que el mensaje radiofónico pueda ser recibido al mismo tiempo que se lleva a cabo otra actividad. También se subraya el hecho de que el aparato receptor está cada vez más a disposición del auditorio, que lo puede encender o apagar a voluntad.

En cuanto al uso, ha pasado de ser una forma de entretenimiento individual a familiar, para volver a ser un instrumento individual adaptado a determinadas funciones, especialmente entre los jóvenes. De ahí su importancia en la difusión de la música, ya que al ser su público mayoritariamente joven, tiene que ofrecer una amplia gama de géneros musicales para que los muchachos elijan. De esta manera existe una retroalimentación para originar lo que serán los géneros musicales de moda.

"Para referirnos a la función de la radio en la sociedad, en principio es necesario señalar que la radiodifusión "comercial" fue de alguna manera impulsada por intereses mercantilistas, pues la venta de aparatos receptores trajo como consecuencia la necesidad de transmitir algo para aquellos que lo adquirirían.

La inclusión de comerciales (venta de tiempo), fue y sigue siendo un medio muy eficaz de respaldo financiero para mantener en operación a las radiodifusoras. Así, el entretenimiento impartido desde los inicios de la radio, fue patrocinado por diversas firmas. Además, de incluir esparcimiento en la programación de las radiodifusoras se incluyó información. Posteriormente, se agregó lo artístico, lo cultural, lo formativo, cubriendo con todos estos temas el campo de la radiodifusión."²¹

La llamativa transformación de la industria radiofónica desde 1950 estuvo "asociada a la emergencia de las emisoras de frecuencia modulada, a la alta fidelidad y a la estereofonía."²²

²¹ *Ibidem.*, p. 112.

²² GUBERN, Op. cit., p. 17.

En la actualidad, en el D. F. hay 58 estaciones de radio, 25 en FM y 33 en AM; éstas pertenecen a 17 grupos radiofónicos: Frecuencia Modulada Mexicana, Grupo Acir, Imagen Radio, Grupo Radio Centro, Grupo Radiópolis, Grupo Siete, Instituto Mexicano de la Radio (IMER), México Radio, Núcleo Radio Mil, Organización Radio Fórmula, Radio Trece, Radio Red, Radiodifusoras Asociadas, Radorama, Radio Chapultepec, Radio UNAM, Radio Educación (SEP).

Las estaciones que difunden la música que nosotros manejamos en nuestro trabajo son Radioactivo, Orbita FM, W Radical, Stereo 97.7, Digital 99 y Vox FM.

Tras el surgimiento de la radio, la industria electrónica que resultaría más potente e influyente, y que constituyó de hecho un desarrollo o perfeccionamiento de la radio, fue la televisión.

"La televisión (que ha sido llamada "la caja tonta") ha generado un vocabulario específico cargado siempre de connotaciones negativas, como telebasura, contraprogramación, culebrón, teletonto, telepaciente, teleadiocto, etc. Aunque en este ámbito impera una estridente doble moral."²³

La televisión es hoy la reina del tiempo libre, ya que actúa como un medio sustitutivo de otras actividades tales como la lectura, la asistencia al cine, al teatro, a los museos, la práctica de algún deporte, etc. Por tanto podemos hablar de un protagonismo en el contexto de los hábitos de los individuos. Aunque tal protagonismo según Román Gubern, debe regularse con la distinción entre telespectadores incondicionales y selectivos. Los *telespectadores incondicionales*, son aquellos que hacen de la televisión la guía de sus acciones. Mientras que los *telespectadores selectivos* son aquellos que recurren a este medio para actividades específicas. Esto está añadiendo a la televisión los canales temáticos o especializados.

Esto lo podemos relacionar con los modelos televisivos. Durante mucho tiempo cualquier intento de análisis entre los sistemas televisivos aparece como poco productivo y de escaso significado; además sólo puede ser desarrollado por aquellos países que han adoptado un mismo modelo: el comercial, que se identifica

²³ *Ibidem*, p. 13.

con el sistema estadounidense; o el de servicio público, que se identifica con el sistema inglés.

El desarrollo de las televisoras identificadas con el modelo comercial, se halla condicionado fundamentalmente por la lógica del mercado: cada canal televisivo tiene como fuente financiera a la publicidad, el imperativo principal es el de conseguir los más altos índices de audiencia de la propia programación, las reglas que prevalecen son las de competencia entre los distintos canales, los objetivos son los de rentabilidad económica.

Por nuestra cercanía con los E.U.A. este es modelo televisivo que impera en nuestro país. Los canales 2, 4, 5, 7, 9, 13 cumplen con las características de este modelo televisivo.

Debido a estas características la televisión se ha convertido en el principal medio difusor de imágenes en cuanto a moda se refiere. Esto porque cuando los jóvenes ven a través de ella a sus cantantes favoritos vestidos de determinada manera, inmediatamente algunos de ellos los imitan creando una moda, ya que la moda se da a través de la imitación.

"En nuestra cultura, la televisión es prevalentemente una máquina productora de relatos audiovisuales espectacularizados - en diversos géneros y formatos -, portadores de universos simbólicos, diseñados y difundidos para satisfacer las apetencias emocionales de su audiencia. Los valores que principalmente difunde son los del *hedonismo*²⁴, la ludofilia (que es el especial interés hacia el juego o lo que tenga que ver con los niños), el escapismo, la meritocracia, para satisfacer las necesidades de la economía del deseo."²⁵

El segundo modelo televisivo, el de servicio público, está condicionado fundamentalmente a la lógica del monopolio del estado que excluye las reglas de mercado y los mecanismos de la competencia; la finalidad del sistema está garantizada por el Estado.

²⁴ Doctrina que considera el placer como el fin de la vida. (N. de la A.)

²⁵ GUBERN, Op. cit., p. 23.

El imperativo principal es el de la diversificación de servicio a través de la diversidad de canales y de la calidad de programas; los objetivos son, según los diferentes puntos de vista, el de informar, educar, entretener, o bien el de formar y organizar a la opinión pública, o también el de reproducir la ideología dominante. La eficacia del sistema televisivo, en este caso, se mide en términos de rentabilidad sociocultural y/o política.

En nuestro país los canales 11, 22 y 40 pueden ser considerados dentro de este modelo televisivo.

De acuerdo con lo expuesto hasta aquí las funciones de la televisión son: informar, formar y divertir. "La televisión es hoy, sin lugar a dudas, uno de los medios potenciales de mayor influencia en la civilización moderna para comunicar y transmitir mensajes e ideas a las mentes del público. Se ha constituido, así mismo, en un importante vehículo que proyecta emociones a los televidentes de todo el mundo. La televisión deriva su enorme poder de difusión gracias a las imágenes que el televidente contempla como si se tratara de la misma realidad."²⁶

Resumiendo, podemos decir que la penetración ideológica mediante la televisión, obedece tal vez, al hecho de que en sus programas ha sabido incorporar y reproducir los valores sociales más extendidos y arraigados; y los estereotipos más sólidamente implantados. Ya sean ideas de carácter sociológico, político, filosófico, económico, jurídico, etc., son fácilmente inculcadas en la mente de algunos televidentes, en particular de aquéllos que no tienen identidad propia.

"Por eso es posible afirmar que, si es cierto que la televisión socializa con sus mensajes a grandes masas gracias a un imaginario integrador compartido, desocializa también a quienes acaban por situarse en la periferia de estas masas."²⁷

²⁶ DE LA TORRE, Op. cit., p. 183.

²⁷ GUBERN, Op. cit., p. 42.

2.2. LA PUBLICIDAD

Si bien la publicidad no es un medio de comunicación como tal, si es parte fundamental de éstos. "La publicidad es un importante fenómeno de nuestro tiempo, basado en la competencia y la persuasión. Es parte de la industria cultural, que difunde una cultura de masas, así como un importante recurso del marketing al servicio de las estrategias comerciales de los empresarios. Desde luego, para provocar el impacto que se pretenda, requiere de una actividad intelectual, que integre lo literario y artístico, para producir mensajes a través del arte o la técnica, por ello algunos autores definen a la publicidad como la ciencia de anunciar algo."²⁸

El objetivo primordial es promover bienes y servicios por conducto de los medios de comunicación colectiva. La utilización de este conjunto de medios y técnicas utilizada por las empresas permite abarcar otros mercados y con esto acrecentar el número de consumidores.

El fenómeno publicitario tiene parentesco directo e inmediato con todas las formas de expresión y comunicación. Además se plantea como un instrumento eficaz para acortar la distancia entre desear una cosa y tenerla. También es la necesidad de dar a conocer o de llamar la atención sobre un producto. La publicidad busca modificar el comportamiento del público, seducirlo, halagarlo, transmitir ideas, lo que posibilita la producción y el consumo colectivo.

Cabe señalar que las principales agencias publicitarias que operan en México son filiales de las grandes compañías de Estados Unidos, lo cual explica la gran repercusión ideológica que esto representa.

El discurso publicitario está cimentado en un lenguaje persuasivo, que a través de texto e imagen explica las características del producto o servicio que se ofrece, y pretende despertar interés, dando una información sencilla, concisa, concreta, creíble, pertinente, relevante, recordable y sobre todo, persuasiva que provoque la reacción al consumo.

²⁸ DE LA TORRE, Cp. cit., p. 19.

Los recursos propios del lenguaje publicitario buscan que a partir de ellos el área recordable del mensaje sea mayor y más activa, lo cual exige que en el lenguaje publicitario se cumplan las tres funciones características de un idioma: expresión, apelación y representación; esto está estrechamente ligado con las metas del lenguaje publicitario: asociación, confiabilidad y recordar.

Como todo lenguaje, el de la publicidad tiene su propia estructura, la cual gira en torno a tres ejes centrales: Informar, sugerir y persuadir. Equivalentes a las tres funciones del lenguaje común: "Descriptiva como información; expresiva como sugestión; e indicativa como persuasión."²⁹

1. Informar. Por información se entiende el hecho de llevar al público la referencia de un producto o servicio, lo que éste contiene, cuales son sus propiedades y naturaleza.
2. Sugerir. La sugestión expresa los atributos del producto o servicio en función de lo que el público supone o espera de él.
3. Persuadir. La persuasión pone de manifiesto las ventajas y beneficios que el producto o servicio ofrece. La persuasión constituye la parte más sobresaliente del lenguaje publicitario.

Un tipo de publicidad que ha causado mucho interés entre los estudiosos de diversas áreas es la publicidad subliminal. La publicidad subliminal es un método publicitario mediante el cual el anuncio llega al público a través de la percepción, es decir, una sensación interior que provoca una impresión exterior a través de los sentidos, sin que el receptor lo capte conscientemente. Así el mensaje llega al inconsciente.

Su principio se basa en que el mensaje llegue por un canal al inconsciente de un receptor (éste capta el mensaje aunque no esté consciente de ello) para que realice lo que el mensaje le ha propuesto. Se le denomina "subliminal", lo que significa que está por debajo del límite de la percepción consciente.

En este sentido, cabe mencionar que el mensaje subliminal se presenta tanto en el campo visual, auditivo, gustativo, táctil y olfativo.

²⁹ FERRER, Eulalio, La publicidad. Textos y conceptos, Ed. Trillas, México 1999, p. 63.

En sentido estricto, la publicidad subliminal, es la que está compuesta por estímulos que se encuentran por debajo del aspecto consciente o perceptible. Hablar de publicidad subliminal equivaldría a hablar de publicidad no perceptible, de crear "efectos de fondo y figura". Los defensores de la publicidad subliminal aseguran que ese fondo, constituido por estímulos subliminales, llega directamente a la base de la conciencia, a la subconsciencia. Y suponen que, por esa misma razón, dicha publicidad es capaz de motivar al individuo a un nivel subconsciente. Semejante tipo de motivación, dicen, es absolutamente infalible. Sin embargo, hasta la fecha, y no obstante lo que dicen, esto no ha podido ser científicamente demostrado.

La psicología publicitaria, utilizando los conceptos del estudio de la comunicación colectiva, se ocupa del flujo de comunicaciones de los enunciados publicitarios transmitidos, analiza su función para el consumidor y las posibilidades de ejercer influencia. Pare ello se partió en un principio de "un modelo de comunicación en una fase: un oferente puede llegar directamente a cualquier consumidor a través de un medio de comunicación y ejercer una influencia sobre él"³⁰.

3. EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

"El hombre no es un animal autosuficiente (...). Es interdependiente de los demás para lograr sus fines. La interdependencia de las metas individuales es la causa de que las conductas estén organizadas en un sistema multipersonal. Cuando dos o más personas dependen mutuamente de la otra, necesitan hallar una manera de relacionar sus conductas y metas. Los sistemas sociales - o agentes/instituciones socializadores - son las consecuencias de la necesidad humana de relacionar su conducta con la de los demás, para poder llevar a cabo sus objetivos."³¹

³⁰ MÜLLER, Siegfried, "La publicidad" en KAGELMAN, Jürgen, Psicología de los medios de comunicación, Ed. Herder, Barcelona 1986, p. 345.

³¹ BERLO, Op. cit., p. 78.

Los medios de comunicación colectiva, junto con la familia, la escuela, el grupo de amigos, etc., son agentes socializadores los cuales regulan la vida humana donde sea que ésta se manifieste, además de ser parte integral del proceso de socialización del individuo. Desde luego existen otros agentes socializadores; a la familia y la escuela se les conoce como de *socialización primaria*; y por otro lado los clubes, los centros de trabajo, la iglesia, los medios de comunicación se les conoce como de *socialización secundaria*. En apariencia estos últimos son menos fuertes que la familia y la escuela, sin embargo, pueden llegar a pesar más que éstas. No olvidemos la gran influencia que los medios de comunicación colectiva tienen en la sociedad actual, desde el nacimiento los niños están frente a la televisión, se identifican e interiorizan valores y pautas de conducta que ven en ésta.

De los agentes socializadores, el primero y más importante es **la familia**, por su influencia temprana en la formación del individuo. Dentro de la familia se lleva a cabo la preparación del individuo para su actuación en la sociedad; se desarrollan las capacidades y habilidades que le permitirán hacer frente a la vida; se van delineando sus intereses, valores y la cultura de su grupo. Las emociones, las actitudes y las creencias enraizadas en la familia explican la coherencia de nuestro sistema cultural y constituyen un verdadero cimiento social.

En mayor o menor grado dentro de la familia se realizan numerosas funciones: económicas, religiosas, recreativas, afectivas, de profesión, etc.; pero hay dos que pueden considerarse básicas en la familia moderna: la socialización del individuo y el proveer seguridad emocional y psicológica a todos sus miembros. La familia es el lugar donde se llevan a cabo los aprendizajes más elementales, como caminar y hablar, donde se satisfacen las necesidades primarias y afectivas, y además se desarrollan las capacidades necesarias para la integración a una serie de sistemas sociales en los cuales el individuo funcionará posteriormente: la capacidad para confiar y ser digno de confianza, ejercer influencia y aceptar legítima influencia para interactuar con otros.

Cuando se enfrenta al mundo exterior por vez primera, lo hace de acuerdo con el punto de vista de su círculo familiar, y juega en este mundo a través de los ojos de su familia; no sólo con su consentimiento, sino también bajo su protección.

Sin embargo en el curso de nuestro desarrollo observamos que algunos de nuestros motivos, intereses y necesidades podían ser satisfechos de mejor forma en conjunción con personas diferentes a este grupo inicial. Así fuimos engranando, algunas veces de manera formal, otras de manera informal, en diferentes **grupos: la escuela, los amigos, el club, el partido político, etc.**

La pertenencia voluntaria a los grupos es la que ocurre durante el transcurso del desarrollo y socialización del individuo que en un momento dado de su vida elige agrupaciones a las cuales pertenecer, como pueden ser escolares, laborales, formará una familia propia independizándose de la inicial que le correspondía, ingresará a organizaciones deportivas, religiosas, etc.

"Una característica de la conformación de grupos es la creación de la ideología colectiva que conlleva creencias, valores y normas de los grupos. Esta ideología es el elemento que asegura la sobrevivencia del grupo y es el punto de partida para entender cómo se ejerce la influencia recíproca del individuo hacia el grupo y viceversa."³²

Los valores que los adolescentes aprecian, sus costumbres y modas, no pueden separarse del contexto cultural y de organización en el que funcionan sus grupos, incluyendo los medios de comunicación.

La escuela como agente socializador transmite o trata de transmitir las normas, conductas y valores de la sociedad adulta. Se basa para lograrlo en el plan de estudios, en los profesores, directivos, autoridades y en todo tipo de prácticas: horarios, exámenes, castigos, recompensas, promociones y acreditaciones, etc.

Las escuelas transmiten cultura y valores y pueden canalizar a los niños hacia diversos papeles sociales. Contribuyen a mantener el orden social. Es difícil concebir la eliminación de la escuela en la distribución de papeles sin cambios drásticos en la estructura económica y social.

³² TORNERO, Díaz Carlos, La actitud del hombre frente a la vida. Ed. Porrúa, México 1991, p. 254.

La socialización se puede definir como el proceso de interiorización de las conductas, normas y valores, la forma en que el hombre desde sus primeros años se familiariza con una serie de comportamientos y principios que, al hacerlos suyos, le permiten acceso a la vida social y crear formas culturales y normas de comportamiento que transmita a las nuevas generaciones. Así por una lado es un "proceso de interiorización de normas y valores y, por el otro, un proceso de aprendizaje de actuaciones."³³

La forma en que los individuos interiorizan estas pautas sociales están necesariamente determinadas por el tipo de relaciones que se dan dentro de los agentes socializadores. Por tanto el individuo sufre constantemente un proceso de integración (que también puede llegar a ser de desintegración) a la sociedad de que forma parte. Este proceso de interiorización - integración de la realidad social dada y determinada por las relaciones sociales implica nuestra participación en dicha realidad.

La participación puede significar acción u omisión. Esto es, puede ser activa, actuamos, nos presentamos de manera abierta mediante las relaciones para hacer algo; o pasiva, dejamos de hacer, pero no dejamos de participar, nuestra ausencia u omisión de algo no significa que no participemos. Esto es lo que nos dice el modelo orquestal de la comunicación, nunca dejamos de participar en ella.

"Entre todos estos elementos y todas las peripecias de la formación y de la reformación de las relaciones humanas, el proceso más interesante, tal vez sea aquél mediante el cual los individuos instauran reglas comunes para la creación y comprensión de mensajes."³⁴

Si bien no podemos decir que el deseo de comunicarse produzca a los agentes socializadores, si cabe decir que la posibilidad de la comunicación aumenta las probabilidades del desarrollo social. El primer paso para desarrollar agrupaciones o sistemas sociales es aumentar las oportunidades de que la comunicación se produzca.

³³ RAMIREZ, Cahue Héctor, Individuo y sociedad, Ed. Nueva Imagen., México., p. 16.

³⁴ BATESON, Op. cit., p. 135.

"Una vez que se ha desarrollado un sistema social, éste determinará la comunicación de sus miembros. Los sistemas sociales afectan el cómo, el por qué, por quién, de quién y con qué efectos se produce la comunicación (...). La comunicación influye en el sistema social, y éste a su vez, influye en la comunicación (...). Uno de los campos importantes en que el proceso de la comunicación y el proceso social son interdependientes es el área de la uniformidad de conducta (...). La tendencia hacia la similitud es un requisito previo al desarrollo de un sistema."³⁵

Los funcionamientos de un sistema pueden ser utilizados para prever de qué modo se habrán de comportar los miembros de ese sistema, el conocimiento de un sistema social puede ayudarnos a hacer predicciones acertadas sobre las personas sin necesidad de conocer sobre ellas nada más que los roles que desempeñan en ese sistema.

³⁵ BERLO, Op. cit., p. 85 - 86.

1. LA TRANSCULTURIZACIÓN E. U. A. - MÉXICO.

"La comunicación podría considerarse, en el sentido más amplio, como el aspecto activo de la estructura cultural (...). Lo que trato de decir es que la cultura y la comunicación son términos que representan dos puntos de vista o dos métodos de presentación de la interrelación humana, estructurada y regular. En cultura el acento se pone en la estructura, en comunicación en el proceso."³⁶

La influencia cultural de E. U. A. sobre México data del siglo pasado, y desde entonces ha sido una cuestión de amor - odio que inició probablemente cuando en 1848 fueron cedidos 400, 000 km² de suelo mexicano al país del norte a cambio de 15 millones de pesos. Desde entonces nuestra dependencia hacia ellos ha aumentado. Los criticamos pero les copiamos. Nos gustan sus lugares, comercios y productos, pero rechazamos que sean parte sustancial de nuestra vida.

"La comunicación ha estudiado los procesos culturales a partir del modelo construido por la teoría de la dependencia. Los nuevos objetos de estudio - la televisión, la radio, la publicidad -, por ser los sectores culturales más vinculados a las corporaciones norteamericanas, confirman la fecundidad de la interpretación dependientista y contribuyen a sobrestimar el papel de las políticas dominadora sobre la conciencia popular."³⁷

Al margen de que esta influencia pueda ser negativa o positiva, lo cierto es que el predominio mundial del *American way of life* (modo de vida americano) es cada vez más evidente, aún mayor en nuestro país por la vecindad y la dependencia.

No podemos negar que en la década de los 90's la tendencia hacia lo hecho en Estados Unidos aumentó de manera considerable. Dicha tendencia es fomentada en México por:

³⁶ BATESON. Op. cit., p. 79.

³⁷ GARCÍA, Canclini Nestor, Cultura transnacional y culturas populares, Ed. IPAL, Perú 1988, p. 20.

a) **Globalización.** La globalización de la comunicación ha sido dirigida por los intereses comerciales de grandes corporaciones transnacionales con sede en los Estados Unidos; este proceso ha dado lugar a una nueva forma de dependencia en la que las culturas tradicionales de cada país o región son destruidas o modificadas a través de valores y tradiciones extranjeras.

“La dependencia de la tecnología e inversión en las comunicaciones norteamericanas, acompañada de la nueva demanda de programas de televisión y el costo de la producción doméstica ha creado una enorme presión en el desarrollo de los sistemas comerciales de canales televisivos y estaciones de radio en muchos países del Tercer Mundo para la importación a gran escala de programas norteamericanos.”³⁸

El resultado es una invasión que amenaza con destruir las tradiciones locales y con sumergir la herencia cultural de países menos desarrollados, inundando los mercados globales de productos norteamericanos y de programas de televisión. Estos programas están saturados de la cultura norteamericana, el *American Way of Life*, por ejemplo, en una especie de neocolonialismo y globalización cultural.

Entonces la globalización no sólo se reduce a la economía, es también un acercamiento entre culturas.

b) **Los medios de comunicación.** En este aspecto es innegable el predominio mundial de la industria del ocio norteamericana. Baste con mencionar que en 1997 se estrenaron en nuestro país 7 películas mexicanas y entre 159 y 200 filmes estadounidenses, y que nuestra televisión es cada vez más parecida a la del país del norte. Los personajes y argumentos de las series de televisión norteamericanas han desfilado triunfalmente por nuestra pantalla: Los Ángeles de Charlie, Dallas, Los Duques de Hazard, La niñera, Beverly Hills 90210, Friends, etc., han tenido gran éxito.

Los jeans son el uniforme de nuestra época. La bebida universal es la Coca - Cola. El mundo de la música habla mayoritariamente inglés.

³⁸ THOMPSON, John B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Ed. Paidós, España 1998, p. 221.

Agencias de Información como la Associated Press, cadenas de televisión como CNN o la musical MTV, revistas como Time y News Week, o periódicos como The Washington Post o The New York Times, tienen gran influencia en México.

El éxito de la cultura transnacional se basó en la favorable recepción que tuvieron los programas de televisión, periódicos, canciones, e incluso cortos publicitarios.

De esta manera, el carácter transnacional de la cultura se afirma hoy, a través de la reorganización electrónica de la información y la comunicación. "Los bienes y mensajes - de los medios - interactúan con los códigos perceptivos y los hábitos cotidianos de las clases populares. El repertorio de mensajes ofrecidos por la cultura hegemónica (en este caso la norteamericana) condiciona las opciones de los sectores subalternos, pero éstos seleccionan y combinan los materiales recibidos - en la percepción, en la memoria y en el uso - y construyen con ellos otros sistemas que nunca son el eco automático de la oferta hegemónica."³⁹

De tal forma, que la ideología de los mensajes de los medios de comunicación vuelven más verosímil la penetración de los productos norteamericanos en nuestra cultura.

Así, todos los días consumimos productos culturales estadounidenses y también los imitamos; desde la música y el cine, hasta la manera en que nos vestimos y hacemos dietas o cuidamos nuestro cuerpo. Habrá que recordar que la imitación es la forma más sutil de adulación.

No obstante, es evidente que las personalidades de los mexicanos y los norteamericanos son diametralmente opuestas. Muchos afirman que México sufre una colonización cultural sin siquiera pensar en la posibilidad de que la cultura mexicana es sumamente flexible y ha tenido una gran evolución a pesar de la brusca entrada de grandes tiendas departamentales, series televisivas y música. "La cultura norteamericana no es absorbida como tal; se adapta a los mexicanos, que hacen su propia versión y su propia lectura. (...). No somos receptores pasivos de cine o

³⁹ GARCÍA, Op. cit., p. 24.

música norteamericana. Añadimos a esa cultura una serie de experiencias que nos permiten interactuar con ella, aceptar lo que es relevante... y descartar el resto."⁴⁰

2. EL ROCK

"El rock detesta la vaguedad, lo que se diluye, lo que flota. El rock huye de toda jabonosa complacencia. La suya no es cadencia tropical, ondulatoria, sino algo más primitivo: un golpeteo persistente que atomiza el tiempo, que marca tajantemente los límites entre un instante y otro, en lugar de difuminar o hacer elástica la distancia, como hace el resto de la música."⁴¹ El rock no divaga, en él no caben dudas, el rock puede ser un espectáculo porque crea un espacio de expresión, espacio habitado por la música, por palabras, imágenes, ideas y cuerpos.

Los orígenes del rock se remontan a la etapa de "la depresión mundial de los 30 y la guerra de los 40, esto había desengañado a los jóvenes de los ideales de la generación anterior. Y ese encerrarse en sí mismos, unido a la masificación de los medios de comunicación, con la espectacular omnipresencia de la radio y el nacimiento de la televisión, empezaba a crear el soporte necesario para crear una cultura propia, que pronto tendría sus filósofos, sus héroes, sus mitos."⁴²

El término rock & roll fue originalmente un término náutico, utilizado por los marineros, y se refiere a los movimientos rock (movimiento hacia adelante y hacia atrás) y roll (movimiento de un lado a otro) de una embarcación. El término entró en la música *Gospel* (evangélica) negra pero con un significado totalmente diferente y fue utilizado como tal por primera vez en una grabación en 1912, en una canción gospel negra llamada "*The camp meeting jubilee*" que decía: "*keep on rocking and roll me in your arms. Rock and roll me in your arms.*"

Antes de 1947 las únicas personas que hablaban de rock & roll eran los cantantes negros de gospel. La música negraailable para ese entonces era ei

⁴⁰ AGUIRRE, Soledad, "Bienvenido Welcome", en la revista QUO N° 17, México, Marzo 1999, p. 26.

⁴¹ LEÑERO, Carmen, "Para una breve poética del rock", en CHIMAL, Carlos, Crinas. Otras Lecturas del rock, Ed. Era, México, p. 146.

⁴² PARDO, José Ramón, La música pop. Grandes Corrientes 1955 - 1984, Ed. Salvat, Barcelona 1985, p. 4.

boogie woogie y no el rock. Luego, en 1947, Roy Brown un cantante blanco hizo un blues llamado "*Good rocking tonight*" que era una parodia del gospel.

En esta época las dos grandes comunidades norteamericanas empezaron a evolucionar con expresiones culturales distintas. En el terreno de la música, esas dos formas de evolución se llamaron *Rhythm and blues* por parte de la comunidad negra; y *country music* por parte de la blanca.

De su fusión deviene el nacimiento del rock & roll, que es la primera música birracial que se produce en el mundo, lo que explica la enorme capacidad de adaptación que posee el rock y que se ha puesto de manifiesto a lo largo de su historia.

"Tomando el ritmo de la música negra y la melodía del country blanco se consiguió un equilibrado producto rechazado por toda una generación respetable y aceptada por los desarraigados del mundo que convirtieron al rock & roll en un himno de rebeldía y en un lenguaje común para los jóvenes de cualquier nacionalidad, raza, religión e ideología."⁴³

En 1951, Alan Freed, un *disc - jockey* de Cleveland introduce el término rock & roll. Él unió estas palabras como símbolo de fuerza y empuje, y resultó una buena definición para un género que creo una forma de expresión, capaz de unificar los gustos y aficiones de la juventud de todo el mundo. Para 1952 "*Rock around the clock*" de Bill Haley, fue el primer número uno del rock & roll.

Haley, estaba marcadamente influido por el country y de uno de sus estilos más rápidos, que se conoce como *Hillbilly* o tonada de las colinas, lo que da origen a un nuevo género que se conoce como *rockabilly*. Muchos conocedores del tema consideran a Jerry Lee Lewis como el máximo exponente del rockabilly.

No obstante, las estaciones de radio creían que artistas como Sinatra, Clooney o Crosby eran lo mejor de la música. Si bien es cierto que estas figuras acompañaban al mundo de vuelta a la normalidad tras la Segunda Guerra Mundial, también es cierto que toda una generación de jóvenes, estaba construyendo un mundo propio que nada tenía que ver con generaciones anteriores. A esto se sumo

⁴³ Ibidem., p. 7.

el aumento de la segregación racial en los Estados Unidos, que fue donde se generó la revolución del rock & roll.

"Dos líneas caracterizaron a los movimientos sociales derivados del rock en sus inicios: la protesta política y la búsqueda del interior."⁴⁴

Sin embargo, fue *Elvis Presley* la "estrella" que hizo que el rock & roll se convirtiera en un fenómeno de masas. Es en 1956 cuando Elvis lanza su primer disco y para fines de este año había ganado alrededor de 15 millones de dólares. Elvis Presley era el rey del rock & roll, "lo encarnaba como si hubiera sido un invento suyo. Era guapo e indecentemente provocativo."⁴⁵

A la par de Elvis hubo otro personaje que se convertiría en el paradigma del rock & roll, *Chuck Berry*, acompañado de un sentimiento de malignidad que acentuaba sus perfiles negativos. Él supo captar la esencia del rock a través de letras que hablaban de libertad, de coches, de los dulces 16, de todo lo que tuviera que ver con los sueños de los jóvenes de la época. Sus canciones se convirtieron en clásicos que luego volverían a grabar *The Rolling Stones*, *The Beatles*, *Beach Boys* y *Linda Ronstadt*.

Berry hizo popular el "paso del pato" durante sus actuaciones, al igual que Elvis había hecho famoso el movimiento de sus caderas. Con dos estilos diferentes éstos dos hombres se colocaron en el centro del rock & roll.

No obstante, merece la pena decir que antes y después de Berry y de Elvis hubo otras grandes figuras del rock & roll. Por ejemplo, *Buddy Holly*, que introdujo elementos de la música mexicana, lo cual se conocería más tarde como el *Tex - Mex*. Lo mismo hizo *Ritchie Valens*, con su canción "La bamba" *Gene Vincent*, creador del "*Be - bop - a - lula*" que los detractores del rock consideran como la letra más tonta que dio este género.

Los *Everly Brothers*, que con sus armonías vocales abrieron nuevos rumbos al rock y que más tarde seguirían los *Beach Boys*. *Little Richard*, influido por los

⁴⁴ VILLORO, Juan, "Días de futuro pasado", en CHIMAL, Carlos, *Crínes. Otras lecturas del rock*, Ed. Era, México, p. 146.

⁴⁵ PARDO, Op. cit., p. 10.

gritos de la canción religiosa negra, supo traducirla al lenguaje del rock con un ritmo vertiginoso y una forma de cantar absolutamente salvaje.

Es en este tiempo (finales de los 50's) que empieza a manifestarse el interés por traducir al español los primeros éxitos del rock. Surgen grupos como *Los Llopis*, que triunfan con "*Estremécete*" y "*Hasta luego cocodrilo*"; también surgen *Los Teen Tops*, cantando "*La plaga*" o "*Popotitos*". A la vez empieza a despuntar un cantante español conocido como Mike Ríos, conocido hoy como *Miguel Ríos*.

Al amparo del éxito del rock, surgieron otros ritmos tales como el *jerk*, el *madison*, el *locomotion*, la *yenka*, el *twist*, ninguno logró desbancar al rock de su lugar de honor.

Mientras tanto los principales exponentes del rock estaban dejando sus puestos vacíos, en un año "Elvis Presley se marchó a hacer su servicio militar a Alemania; Chuck Berry, entró a prisión; Little Richard entró a un seminario para hacerse predicador; Buddy Holly y Ritchie Valens se mataron en un accidente de aviación; y Jerry Lee Lewis sucumbió al escándalo de una boda "maldita" con una belleza sureña de tan sólo 13 años."⁴⁶ Lo cual dejaba el camino libre para nuevos artistas.

Producto de esto fue una etapa de alrededor de tres años con el predominio de ídolos juveniles de edad escolar que se reflejan en películas como "*Grease*", esta época es denominada por los especialistas como la etapa de la música *high school* o de los *teen idols*.

Al inicio de los años 60, surge en el panorama del rock un nombre de gran importancia, *Bob Dylan*, interprete de los pensamientos de toda su generación. En 1962 graba su primer disco y éste al igual que los subsecuentes es un golpe a la conciencia colectiva del mundo. Dylan se convierte en un líder, el valor poético y testimonial de sus letras es una de las razones para que los Beatles evolucionen y pasen de su rock esquemático a canciones más complejas, en lo literario y en lo musical.

⁴⁶ *Ibidem.*, p. 15.

"Los *Beatles* llegaron al mundo casi al mismo tiempo que Dylan. Ellos iban a transformar con dos guitarras, un bajo, una batería, cuatro voces y algunos *yeh - yeh* toda la música del mundo (...). Pero si a los medios de comunicación oficial sólo les importaba en aquel entonces el aspecto pintoresco del grupo, a la juventud del mundo empezó a interesarle su música."⁴⁷

En 1962, los *Beatles* lanzan su primer disco "*Love me do*" y en 1964 llegan a Estados Unidos donde consiguen marcas imposibles de repetir. Su influencia se dejó sentir en la obra de todos los grupos del mundo. Tal vez lo más importante de los *Beatles* haya sido su capacidad para evolucionar por adelantado de sus competidores a lo largo de su carrera. Ellos empezaron con la *psicodelia*, iniciaron la penetración de instrumentos y ritmos hindúes, utilizaron grandes orquestas en sus discos, fueron precursores del *rock sinfónico*, devolvieron al público el gusto por el rock, hicieron letras sociales.

Fueron los *Beatles* quienes encendieron la chispa del movimiento rockero conocido como Invasión Británica y, como era de esperarse, surgió también el segundo grupo inglés creador de éxitos, los *Rolling Stones*.

A diferencia de los *Beatles*, considerados como susurradores del rock, los *Stones* resaltaron más lo pesado del rock británico, conociéndoseles por muchos como "sus majestades satánicas".

A mediados de los 60, el mundo conoce a *Janis Joplin*, desde niña sintió una fascinación por el blues. Fue descubierta por *Otis Redding* y en 1966 se traslada a San Francisco donde se une a la *Big Brother and the Holding Co.*, con los que obtiene un inesperado éxito. Graba con la banda en el 68 y logra el primer millón de ventas. Unos meses después lanza su primer álbum en solitario y cuando toda la gloria parece estar esperándola, muere en un hotel de Hollywood el 4 de octubre del 70 de una sobredosis de droga.

También, por esta época *Jimi Hendrix*, convierte la guitarra eléctrica en un instrumento distinto de una guitarra normal amplificada. "Aprovechando el acoplamiento acústico que se produce en la guitarra cuando se aproxima demasiado

⁴⁷ *Ibidem.*, p. 22.

a los altavoces, supo alargar hasta lo inverosímil la notas, produciendo impactos demoledores. Los pedales distorcionadores le permitieron dar una expresividad inédita a su instrumento, lo que unido a un nada común talento musical creó una revolución musical que todos respetan y muy pocos se atreven a continuar."⁴⁸

En 1967, los Beatles incorporaron una gran banda para su álbum "*Sgt. Peppers*". Las orquestas convencionales que se creía eran despreciadas por el buen rock empiezan a encontrar un lugar dentro de la nueva música. Sin embargo, el gran "golpe" lo daría *Moody Blues*, que en unión de la *London Festival Orchestra* edita un álbum titulado "*Days of future passed*" que es la declaración de la creación de un nuevo género musical conocido como *rock sinfónico*.

Deep Purple, un grupo de rock duro, se unió a este género y graba en el 70 un álbum con orquesta. *Genesis* fue otro de los representantes de este estilo, que pronto se sirvió de los hallazgos de la tecnología: "el *mellotron*, un instrumento del teclado que accionaba cintas previamente grabadas capaces de reproducir cualquier sonido programado, incluidas secciones de cuerdas o metal, grandes corales e incluso orquestas completas."⁴⁹

Del rock sinfónico se pasa al *rock cósmico*, propiciado por la posibilidad de generar sonidos purísimos gracias a los sintetizadores. Uno de sus exponentes fue *King Krimson*.

A finales de los años 60 se empieza a escuchar a *The Doors*, que tenían como líder a *Jim Morrison*. Morrison fue un rockero rebelde, enfrentado a una familia de larga tradición militar y una serie de autoridades que le consideraban un disolvente de los principios éticos de la sociedad norteamericana. Su muerte en la bañera de un hotel parisiense en julio de 1971, lo elevó a la categoría de mito.

Por otra parte *Frank Zappa*, seguía la misma dirección que los Doors, pero por la vía satírica. Sus canciones eran críticas a la sociedad en la que había nacido.

⁴⁸ *Ibidem.*, p. 33.

⁴⁹ *Ibidem.*, p. 35

Mientras que en Nueva York, en círculos intelectualizados, nacía en la literatura, el arte y la música un movimiento denominado *underground* que auspiciaba *Andy Warhol*.

En tanto que esto ocurría *Al Kooper*, tenía una idea en mente: la creación de un grupo en el que se integraran además de los instrumentos habituales del rock, guitarras, teclados y percusiones, con una fuerte sección de metal, con lo que adaptaba los hallazgos del soul de Memphis empleados por Otis Redding, y una sección de cuerdas, en este caso inspirada en el rock sinfónico. Esto es el origen del *jazz - rock*. El grupo más prestigioso fue *Chicago Transit Authority*, que luego acortaron a *Chicago*.

Casi a la vez, se ponía de moda la *salsa - rock* de la mano de *Carlos Santana*. Mezclando elementos percusivos africanos, melódicos latinos y estructurales del rock anglosajón creó una música nueva en los Estados Unidos. "Un vez más el rock muestra ser capaz de absorber y asimilar estilos muy alejados de sus orígenes."⁵⁰

Por otra parte, es imposible hablar del rock sin hablar de los festivales. El primero de estos grandes festivales se celebró en 1967 en Monterrey, California, lugar donde se reunieron figuras nuevas y consagradas del rock, tales como Janis Joplin y Jimi Hendrix.

El 21 de agosto de 1969, en las praderas de Woodstock, se lleva a cabo un festival de tres días de duración que convocó a cerca de medio millón de jóvenes, en él participaron: Santana, Ritchie Havens, The Who, Joe Cocker, Jimi Hendrix, entre otros.

Este fue el último festival de paz y amor porque meses después, el último de los festivales de la isla de Wight en Inglaterra, que habían cobrado repentina fama por la reaparición de Bob Dylan, termina en un desastre de organización que impide futuros conciertos.

Con los nombres de *hard rock*, *heavy rock* o *heavy metal* han bautizado los especialistas del rock un fenómeno de la parte más agresiva y salvaje del rock. *Led Zeppelin*, formado por músicos que habían logrado notoriedad en otras bandas,

⁵⁰ *Ibidem.*, p. 41.

encontró la fórmula: guitarras asesinas y una voz chillona, aguda y cortante que parecía perforar los tímpanos; y todo esto a la máxima potencia que pudieran alcanzar los amplificadores.

Los *Who*, volvieron a su vieja fórmula de romper dos o tres guitarras por concierto además de destrozar una batería. Sin embargo, fueron los *Doors* en su momento los precursores de este tipo de rock .

“Tómese un músico de rock, cualquiera que sea su tendencia, añádesele un cuarto de kilo de maquillaje, dos gruesas capas de rímel, medio metro de línea de ojos, medio litro de tinte para el cabello y purpina brillante y tendrá usted un genuino representante del *glamour rock o del gay power*.⁵¹ El iniciador de este movimiento fue *David Bowie*, quien explotaba una real o supuesta homosexualidad como un mérito musical. Forman parte también de esta corriente: *Alice Cooper, Lou Reed, Roxy Music*.

En los inicios de los años 70 surge lo que se conoció como *sonido Filadelfia* que es una transformación del soul. Este tipo de música lleva como protagonista a la orquesta en la sección del ritmo, mientras que la cuerda y el metal disminuyen su sonido para servir de fondo. La banda básica de músicos de Filadelfia recibe el nombre de *Mother, Father, Sister and brother (MFSB)* solos consiguieron grandes éxitos, aunque también acompañaron a gente como *Billy Paul, los Intruders, O'Jays o las Three Degrees*.

Este ritmo marcaría los inicios de lo que más tarde será la música disco. Durante la década de los 70's "el rock se volvió aterciopelado por ingenuidad política (...) pero sobre todo por su éxito comercial: 40 millones de bebés nacidos en la década del *baby - boom* iban a convertirse en el mercado juvenil más grande de la historia. Así, en los 70 se despejó una ecuación que no horrorizó a los padres fundadores por la sencilla razón de que los únicos que defendían el rock como algo político estaban muertos."⁵²

⁵¹ *Ibidem.*, p. 48.

⁵² VILLORO, Op. cit., p. 239.

Entre los años de 1977 y 1980 da inicio la explotación del cine por la música y viceversa. Esto se da debido al gran éxito que tuvo *"Fiebre de sábado por la noche"*, que convenció de manera definitiva a los productores de música y de cine de trabajar juntos podía ser un gran negocio. Sin embargo, esto no era nuevo en los años 50 *"Rock around de clock"* de Bill Haley formó parte de la película *Semilla de Maldad*. Elvis hizo películas rockeras como *King Creole* o *Jailhouse rock*. Los Beatles, filmaron *Help*.

A Fiebre de Sábado le siguió *Thanks God it's Friday*, *Grease* (que recreaba los años de música escolar e ídolos juveniles), entre otras. También los famosos precursores del rock progresivo, *Pink Floyd*, filman *The Wall*.

Una vez que el sonido disco perdió popularidad, los músicos vuelven sus ojos a los *rocks regionales*, añadiendo a la estructura básica del rock las peculiaridades de la música de cada región o país. De todos estos rocks el que más ha influido en todo el mundo es el jamaicano. Basándose en ritmos propios como el *ska* o el *mento*, los jamaicanos fueron transformando el rock que les llegaba de Estados Unidos y el producto final de esta transformación se llamó *reggae*. *Bob Marley*, es quizá el más conocido exponente de este ritmo.

No debemos dejar de mencionar que es en esta época que surge también el *rock madrileño*, el *nuevo rock argentino*, el *rock mexicano*, "con profundo enraizamiento en el mundo urbano que caracteriza a estos países - ciudad, las peculiaridades autóctonas, los ritmos propios, los giros y los modismos nativos deben personalidad y sabor diferente a ese rock universal, que de nuevo, asimilaba elementos de distintas procedencias culturales y los integraba en su poderosa personalidad musical."⁵³

Hacia al año 75 empezó a llamarse *punks* a algunos grupos blancos norteamericanos que imitaban los sonidos que los ingleses habían aprendido de los cantantes y grupos americanos negros. Los *Sex Pistols* tomaron la bandera del movimiento punk. También fueron considerados dentro del movimiento punk *Bruce Springsteen* y *Patti Smith*.

⁵³ PARDO, Op. cit., p. 55.

Los seguidores de la corriente punk decían que el rock era desechable, el rock se usa, se gasta. La filosofía punk se funda en la falta de esperanza, en una sociedad anónima.

El fenómeno punk fue un tanto efímero y la mayor parte de los cantantes y grupos que habían formado parte de este género musical siguieron evolucionando hasta llegar a lo que se dio en llamar *New Wave* o *Nueva Ola*. Surgiendo así artistas como *Blondie*, *Police*, *Pretenders*, *Pat Benatar*, entre otros.

En los primeros años 80 los grupos de *New Wave* resucitan el glamour rock, y se les llama *Nuevos Románticos*, como *Duran Duran*. Es también la era de la cibernética, los instrumentos electrónicos van desplazando poco a poco los instrumentos tradicionales del rock.

Al término del siglo XX y principios del XXI "casi todos los grupos han abandonado el estilo directo. Las corrientes supertécnicas se cultivan como alcahofas: el rock progresivo, sinfónico o conceptual demuestra que los intérpretes son magos de la electrónica, virtuosos con la velocidad en la yema de los dedos, entrenados lectores de pentagramas, pero el rock espontáneo, fresco, capaz de golpear de inmediato a quien lo escucha, el rock simple y certero ha dejado de existir."⁵⁴

Durante las tres últimas décadas del siglo XX, principalmente, surgieron nuevos grupos y las corrientes del rock que más "ruido" han causado en la sociedad, ya que estos géneros musicales han hecho resurgir la idea de que el rock está estrechamente ligado con el consumo de drogas y con el satanismo. Algunas de estas vertientes son:

⇒ El *trash metal*. Surgió con *Metallica*, y poco a poco las bandas comenzaron a tocar más fuerte, y nada mejor que combinar con la música dura, fuerte y agresiva, una lírica acorde, es decir, hiriente (los más conservadores dirían satánica). Esta corriente surge en los años 80. En la segunda mitad de esta década surgen bandas que a lo largo del tiempo llegan a consolidarse como *Sepultura* y *Slayer*, entre otras.

⁵⁴ VILLORO, Juan, "La rebelión gandalla", en CHIMAL, Op. cit., p. 28.

⇒ El *death metal*. Con la evolución del trash, las bandas se embarcan en una cruzada para resultar musicalmente lo más extremas posible, y también "diabólicamente más explícitas: es el nacimiento del Death. El Death Metal explota la figura del diablo de la forma más truculenta y explícita posible."⁵⁵ Bandas como *Marilyn Manson* o *Glenn Danzing* son ejemplos de este género musical.

Las letras de estas bandas tienen el denominador común de contar historias oscuras, sean satánicas o ambientadas en un mundo ficticio, con dioses y demonios reales o imaginarios. Bandas como *Sothis* que se han basado en relatos de Oscar Wilde. Pero como su propio nombre lo indica, lo que predomina en la lírica del Death, es la muerte y la oscuridad, aunque también podríamos agregar la crítica social, especialmente en el caso de Marilyn Manson.

⇒ El *black metal*. Bajo este género se denominan a una serie de bandas, que se diferencian del Death por tocar afinados más agudos, emplear voces más gritonas, tener las estructuras musicales más sencillas y el satanismo su único punto de referencia. Decir Death metal no quiere decir satanismo exclusivamente, pero decir Black metal si equivale siempre a una concepción satánica de la música, la imagen y las letras.

Estas bandas han puesto de moda, otra vez, lo que en su época de mayor éxito hacían (y vuelven a hacer) *Kiss*: pintarse la cara, disfrazarse y dar al concepto de la banda una mayor cantidad de teatralidad. Esta teatralidad se pone de manifiesto en todos los ámbitos: en los conciertos, en las fotos promocionales, en las entrevistas.

En contraposición a este género musical, tenemos el rock cristiano de grupos *Stryper* y *Petra*, cuyas letras incluían alusiones bíblicas con la moraleja de "encontrarse a sí mismos en la búsqueda - y redescubrimiento - de los valores espirituales." Si bien, este género tuvo poco éxito en comparación con los otros, porque indudablemente para escucharlo se tenía que tener una Biblia a la mano.

⁵⁵ O' PAZO, Ricardo, en la revista Kerrang! Metal, España 1997, p. 57.

Sin embargo, como en toda la música, ya no hay géneros puros, todos se entrelazan entre sí. Así en este inicio de siglo el rock es una industria con una logística que pasa por las bolsas de valores más importantes del mundo.

"En México como en el resto de los países que hasta hoy conservan el español como herramienta de comunicación las letras del rock en inglés son menos importantes que la música (...). El rock en inglés en nuestro país tiene otras connotaciones distintas a las que tiene en su país de origen. (...) Por eso llenamos dos Palacios de los Deportes para aplaudir el racismo fascista de *Guns & Roses*. Esta perspectiva tuerta, manca y coja que hemos tenido durante años del rock en inglés, ha permitido que desarrollemos la percepción musical a niveles insospechados y que dejemos las letras un poco relegadas; nos ha pasado lo que al ciego: como no puede ver desarrolla un oído extraordinario. Una cosa por la otra"⁵⁶

Y continúa Jordi Soler "de mi faceta de locutor radiofónico de Rock 101 he concluido, y muchos de mis colegas han caído en lo mismo, que las tres "rolas" (sic) más queridas en la Ciudad de México son: "*Stairway to heaven*" de *Led Zeppelin*; "*Hotel California*" de *los Eagles*; y "*Dust in the wind*" de *Kansas*. (...) Estas rolas dejan al descubierto la punta del fenómeno del rock en México. Deteniéndonos un poco descubrimos que las tres canciones tienen el mismo humor musical, el mismo color, el mismo espíritu (...) La música de estas canciones mistifica el ambiente, es capaz de transformar un viaje en la más grave de las "bacanales" (sic). El problema empieza cuando nos detenemos en las letras de estas tres canciones: "*Stairway to heaven*" es un "rollo" (sic) sobre la esperanza en la cosmogonía celta; "*Hotel California*" es una historia de fantasmas; y "*Dust in the wind*" es la versión rockeada del famosísimo "acuérdate que polvo eres y en polvo te convertirás." La literatura de estas canciones no justifica su eterna asociación, ni siquiera cuenta: en México preferimos estas tres canciones por la pura música. No podría ser de otra manera en un país donde la gran mayoría del auditorio de las estaciones que difunden música en inglés no habla inglés.

⁵⁶ SOLER, Jordi, "Me da dos Brian Epstein envueltos para regalo" en CHIMAL, Op. cit., p. 42.

Entonces nos encontramos noviazgos cuya primera escaramuza (sic) sexual se escenificó a ritmo de la depresiva filosofía de *"Dust in the wind"*. O con nostálgicos que recuerdan algún amor con el endiablado (sic) poema de *"A winter shade of pale"*. O con eufóricos que bailan a todo lo que dan sus cuerpos, llenos de júbilo, ese celebre tragedión (sic) irlandés llamado *"Sunday bloody Sunday"*. O con detractores cristianos que cantan con lágrimas en los ojos la cristianísima letra de *"Pride in the name of love"*. Pero el destino debe habernos vengado con alguna pareja de gringos que se hallan puesto cachondos (sic) con la apocalíptica *"Princesa"* de Joaquín Sabina: "entre la cirrosis y la sobredosis andas siempre, muñeca, con tu sucia camisa, y en lugar de una sonrisa una especie de mueca".

Aquí - continúa Soler - los músicos y los oidores (sic) hemos crecido sin entender la letra de las canciones. La diferencia entre el que oye baladitas (sic) en español (...) y el que oye rock en inglés es insalvable en la mayoría de los casos: pertenecen a estratos espirituales distintos. Por esta razón el rockero mexicano nunca ha entendido la letra de las canciones: las que podría entender le cagan (sic) y las que oye no la entiende. Y ponerle letra a una canción no es lo mismo que hacer tarea o escribir una carta o inventar un cuento; es una disciplina distinta que requiere del conocimiento de la estructura literaria de las rolas del rock, y eso, como es un género que lleva más de cincuenta años, no puede aprenderse más que conviviendo todos los días con esas infraestructuras.

(...) El rock es el *show - business*: el negocio cuyo secreto es enseñar y promover correctamente una obra artística. ¿Qué hubiera sido de los Beatles sin la cabeza organizada de Brian Epstein? Hubieran producido menos cosas.

México es un país de hombres orquesta, es la tierra del mil usos. (...) En este contexto multivalente sobrevive el músico mexicano de rock: trabaja en una tienda de discos, compone música, se apalabra con el dueño de algún antro (sic) para que lo deje interpretar la música que ya compuso y que al rato va a ensayar porque en ese instante tiene que ir a checar los últimos detalles del video que tendrá que acomodar a fuerza de ruegos y antesalas en algún programa de televisión y de paso pretende bajarse en Rock 101 para decirle a Jordi que le programe su nueva rola en

el programa de rock en español, rola que todavía no termina bien por andar brincando de un lado a otro (...) Y aquí nace el círculo vicioso: el músico que vive promoviendo la obra que no ha podido hacer porque está ocupado en la maniobras de promoción. El éxito de nuestros grupos de rock internacionales, no es exclusivamente la calidad de su música: es la manera en que se organizan para componerla y difundirla.⁵⁷

Ahora que hemos tocado el tema del rock en español podemos decir que no es nada fácil resumir lo que ha ocurrido con él en veinte años. Tras la aventura de Avándaro, se intentado construir y reconstruir un mito entre tumbos, exageraciones, ninguneos y glorias efímeras. Sin embargo, a pesar de las infames condiciones, la represión, el escaso compromiso, el rock sigue existiendo en México, con manifestaciones culturales tan atípicas como el *tianguis cultural del Chopo*.

Los primeros grupos de rock se dedicaron a traducir los grandes éxitos del rock & roll, esta situación perduro mucho tiempo. Uno de los pioneros del rock en español es sin lugar a dudas *El Tri* que lleva más de 25 años de trayectoria. En los inicios de la década de los 80's se dio un movimiento llamado *Rock en tu idioma* que le abrió las puertas a grupos como *Caifanes* (en ese momento llamados Las Insólitas Imágenes de Aurora), *Los Amantes de Lola*, *Maná* (antes Sombrero Verde), *Maldita Vecindad y los Hijos del Quinto Patio*, entre otros.

Lo cierto es que entramos a la década de los 90's con algo parecido a un nuevo brío. Esto no quiere decir que haya ocurrido un cambio radical ni en los medios industriales ni en la proliferación de los músicos. Sin embargo, se puede hablar con mesurado optimismo de ciertas bandas. Los problemas esenciales siguen siendo la atomización del rock en distintos núcleos (generalmente aislados entre ellos) de la capital y la provincia; la inexistencia de un autentico circuito de conciertos nacional e internacional; la corporativización del estilo prífsta del rock; la falta de confianza en el trabajo propio, y por supuesto, el miedo a tomar riesgos.

⁵⁷ *Ibidem.*, pp. 39 - 46.

Tampoco ha podido ser desterrado el mito de la marginalidad: quien acepta entrar en los espacios de poder está contaminado y, por lo tanto maldito."⁵⁸

En realidad han sido pocas las bandas que han entrado en el circuito de los medios de comunicación y han hecho algo por romper los estrechos márgenes de tolerancia; les ha faltado osadía o talento. Se han contentado con que su música se difunda y se han olvidado de sus verdaderos ideales, se han conformado con mostrar una imagen pulcra y delicada del rock con tal de obtener difusión en los medios.

"El rock mexicano fue sacado de su sueño de gloria por la puerta de atrás. Las compañías transnacionales que (...) creyeron inicialmente en lo nuestro, decidieron abandonar tan arriesgada empresa antes de que las pérdidas se multiplicaran. No podemos negar que el rock mexicano sigue desarrollándose y que algunas bandas son mediocres, pero el valor de nuestro rock reside en ciertas excepciones.

A pesar del cliché asumido por los *Caifanes* (ahora *Jaguares*), es innegable su calidad. (...) *La Maldita Vecindad* y *los Hijos del Quinto Patio* han tratado de establecer un sonido auténtico, (...) estas dos bandas son unas veteranas al lado de *Café Tacuba* o de *Santa Sabina*, quienes tienen las propuestas más ricas de nuestra música."⁵⁹ Actualmente se han sumado otros grupos de innegable calidad, tales como *La ley*, *Elefante*, *Estopa*, *El gran silencio*, *Molotov*, por mencionar algunos, que han rescatado las raíces de nuestra música para fusionarlas con el rock.

Así, podemos decir que la experiencia cotidiana del rock en México ha sido un fenómeno que se gestó y perduró en las clases medias para luego dispersarse mediante un proceso de transmisión social. Esta experiencia fundamental e imprescindible para una generación, ha arrojado entre otras las siguientes evidencias:

⁵⁸ YEHYA, Naief, "Nuevos bríos en el rock nacional", en MARTÍNEZ, Rentería Carlos, *Cultura contra Cultura*, Ed. Plaza & Janes, México 2000, p. 119.

⁵⁹ *Ibidem.*, p. 121.

*a) El encuentro del placer en la versión nacional o vivencia y adaptación a destiempo de un modelo original, única forma de asumir, asimilar y disfrutar un aporte cultural externo, en este caso el rock, en un país dependiente.

b) El carácter condenable y reprimible del rock por parte de la doble moral social.⁸⁰

En los últimos años el mercado del rock mexicano se ha ampliado y diversificado, sobre todo por el interés de los medios de comunicación hacia este género musical. Como nunca antes el rock, al menos en su vertiente más comercial, se encuentra ya plenamente aceptado.

Los músicos de rock en México han sido grandes protagonistas del acceso a la cultura urbana moderna en nuestro país; muy por encima de los difusores y los críticos especializados. A contracorriente de un medio conservador, los músicos se han esforzado en crear y recrear usos y costumbres liberadoras, y a la amplia discografía el respecto es testigo. Con todos los altibajos que esto pueda tener, su valor rebasa los alcances equivalentes de difusores y críticos. En el escenario de lo que ha sido el rock mexicano, los músicos merecen nuestro reconocimiento total.

El rock no es un fenómeno temporal, ni un monstruo que incita a la juventud a caminar por el camino equivocado. Es la cultura musical contemporánea más basta y profunda del planeta. Es una forma de vida, un lenguaje común para los jóvenes de todo el mundo.

Con su intensidad sonora lanzó a una generación en un *viaje al centro de la tierra*, fue capaz de visualizar *humo en el agua* y de construir una *escalera al cielo*. Su variada densidad se manifiesta como *polvo en el viento*.

El rock es sólo un ingrediente en la transformación cultural que estamos viviendo.

⁸⁰ GÓNZALEZ, Rodríguez Sergio, "A la sombra de las mayorías licenciosas", en CHIMAL, Op. cit., p. 222.

3. EL POP

El término lingüístico pop se acostumbra mucho en el mundo occidental desde principios del siglo XX, con respecto a la música que se ha relacionado íntimamente con el rock, su nombre lo dice todo: música popular y actual. Es fácil confundirlos, el pop acepta la influencia de cualquier folklore, ya que el pop es algo lucrativo y manipulable por personajes con iniciativa; esto a veces devalúa su mensaje cultural.

Hacia 1958 empiezan a surgir jóvenes artistas. Es toda una explosión de nuevos talentos, inesperada para muchos, pero que tiene su mejor justificación en la edad de los consumidores de este tipo de productos que buscan ídolos con los que puedan identificarse. Las dos más importantes figuras de ese tiempo son *Paul Anka* y *Neil Sedaka*.

Paul Anka, a la edad de 16 años sorprendió al mundo entero con su toma "Diana", canción que dedicó a una vecina suya mayor que él, que sólo lo veía como un niño. Fueron muchos los adolescentes que se identificaban con esta historia y que lanzaron el tema al número uno en las listas de popularidad. Mientras que Neil Sedaka, triunfo con "Oh Carol" canción que dedico a su novia Carol King.

Tras sus canciones a Diana y Carol, Paul Anka y Neil Sedaka mantendrían una constante pugna, muy productiva para la música pop. Pero junto a ellos hubo otros nombres como: *Ricky Nelson*, *Gene Pitney*, *Ray Peterson*, *Fabian*, *Johnny Burnette*, *Little Eva* que con una canción de Carol King impuso el ritmo del "locomotion". "En esta etapa se produjeron muchas de las mejores canciones de la historia del pop."⁶¹

La historia de la música pop sería incomprensible sin conocer las interacciones que se fueron produciendo entre el rock y los demás ritmos que con él coexistían. Y a principios de los 60 surgió una nueva corriente musical llamada *folk*, que tenía que ver con las nuevas experiencias de la juventud americana.

⁶¹ PARDO, Op. cit., p. 17.

"El folk no surgía de la nada; estaba ligado a experiencias anteriores, como el festival de folk de Newport que fue el principio de todo y del surgirían *Joan Baez*, *Bob Dylan*, *Tom Paxton* o *Phil Ochs*."⁶²

Al mismo tiempo, *Pete Seeger* y los *Weavers* logró hacer popular la música folk en circuitos comerciales. Cuando en 1959 los organizadores del prestigioso festival de jazz de Newport decidieron abrir una sección dedicada al folk, no sabían que estaban colaborando a crear una de las grandes fuerzas sociales de la década de los 60's: la de la canción de protesta, las grandes sentadas pacifistas, las quemas de cartillas de militarización.

De este festival surgieron *Joan Baez*, pacifista y poseedora de una bella voz; *Joni Mitchell*, cuya evolución personal la ha puesto en vanguardia de la música pop de cada década; *Richard Fariña*; y el novelista y poeta *Leonard Cohen*. "Cada cual, desde su puesto, se lanzó a la aventura de denunciar la injusticia con canciones: la política, las guerras, la incomprensión y la incomunicación. Empezaron sumándose al movimiento contra la segregación racial de los estados del sur. Y cuando ganaron esta batalla, se empeñaron en alejar a los Estados Unidos de la guerra vietnamita. (...) Con ellos nació el término "canción de protesta" rápidamente desvirtuado por manejos comerciales. Y de entre ellos pronto destacó uno, el más genial, llamado *Robert Zimmerman*."⁶³

También en el mundo hispano surgieron figuras que se sumaron a este género musical, tales como *Atahualpa Yupanqui*, *Violeta Parra* o *Joan Manuel Serrat*. Cada uno de ellos pretendía concientizar a su auditorio sobre los problemas genéricos de la sociedad en que cada uno vivía.

Otro tipo de música que surgió por ese tiempo fue la *música chicle*, que no era más que la prolongación natural de aquellas canciones *high school*, sencillas y comerciales. Grupos como los *Archies* o los *Monkees*, fueron algunos de los representantes de este género musical con canciones como "*Simon Says*", "*Sugar Sugar*" o "*I'm a believer*".

⁶² *Ibidem.*, p. 18.

⁶³ *Ibidem.*

A la par de la música chicle nació el *soul music*, al que se le conoció por los lugares de origen de la mayor parte de sus éxitos. Así, tenemos el soul de Detroit, cuya máxima figura fue *Little Steve Wonder*, quien con el paso de los años se convertiría en el más importante músico de color de toda la historia del pop. También de Detroit figuran artistas como las *Supremes de Diana Ross*, los *Miracles*, los *Temptation*, entre otros.

Por su parte el soul de Memphis tenía en *Otis Redding* a su máxima estrella. Basaba el estilo de Memphis en el sentimiento por encima de todo, tomado de la mejor música espiritual negra y en unos riffs⁶⁴ de metal tomados del jazz. Redding, además de escribir sus propios temas, también compuso para *Aretha Franklin*, *King Kurtis*, *Joe Tex* e *Issac Hayes*, que llegaría a ser el inventor del *soul sinfónico*, del que luego derivaría el *sonido Filadelfia* y los éxitos de *Barry White*.

En 1965 un grupo llamado los *Byrds* tomó una canción de Bob Dylan llamada "*Mr. Tambourine man*" y le puso un poco de ritmo, este fue el lanzamiento del folk rock, entonces todo el mundo empezó a intentar poner ritmo a las baladas lentas. Esto fue sólo el principio ya que de este género musical pronto derivarían el *country rock* y más tarde el *country pop*, facetas todas ellas de un mismo fenómeno el encuentro de la guitarra eléctrica y la batería con las baladas del folk.

En 1972, el heredero de todos estos hallazgos se llamaba *Eagles*, el quinteto que mejor ha defendido las teorías del *country pop* a lo largo de la década de los 70's. Un estilo que perdura a pesar de que durante todos estos años nunca ha sido la música predominante de ningún periodo y se ha ido viendo oscurecida por las más brillantes olas y movimientos musicales.⁶⁵

Para la década de los 70's los autores de los grandes éxitos de muchos artistas salen a la luz pública y se dedican a grabar sus propios temas. *Carol King* se convirtió en la primera compositora pop del mundo. Junto a Carol King trabajaba *James Taylor* quien conoció el éxito con su álbum "*Sweet Baby James*".

⁶⁴ Serie de notas breves y de mucha fuerza que se repite varias veces como contraste con la melodía principal. El soul lo institucionalizo en la música pop. (Pardo, Op. cit., p 27).

⁶⁵ *Ibidem.*, p. 29.

En Inglaterra el papel del cantautor pop lo tomó *Elton John*, al que le costo mucho trabajo imponer y ser aceptado con su estilo, cosa que finalmente logro en 1970.

También el mundo de habla hispana tuvo un movimiento de cantautores, con figuras como *Joan Manuel Serrat*, *Luis Eduardo Aute*, *Atahualpa Yupanqui*, *Silvio Rodríguez* o *Pablo Milanés*.

Hacia 1972 se empieza a gestar el *sonido Filadelfia*, que es la música en la cual predomina la sección del ritmo. Dos compositores y productores, *Kenny Gamble* y *Leon Huff*, empiezan a lanzar artistas y canciones con una aceptación que hace más perceptible la necesidad de hacer una música específicamenteailable. Así el *sonido Filadelfia* sienta la bases para lo que más tarde será el *sonido discoteca*. Casi a la par, *H. W. Casey* productor y líder de la *Sunshine Band*, empezó a crear una música de baile muy próxima al *sonido disco*.

No obstante, es en el año de 1975 que unos productores empiezan a hacer música predeterminadamente pensada para su consumo en discotecas. *Meco Monardo*, produjo en 1975 a *Gloria Gaynor*, basándose en los nuevos hallazgos técnicos que permitían una calidad de sonido fuera de serie, potencio al máximo la sección de ritmos y lanzó la canción "*Never can say goodbye*". Al mismo tiempo, *Giorgio*, produce a *Donna Summer* quien tenía una voz muy especial que contrastaba con los ritmos de los sintetizadores.

"Estas dos cantantes y estos dos productores pusieron las bases del *disco sound* o *sonido discoteca*. El mundo empezó a convulsionarse, las discotecas se llenaban de estos sonidos exactos y monótonos, que algunos denominaron como de "piñón fijo" pero que resultaban imprescindibles para la finalidad con que habían sido concebidos: bailar en las discotecas."⁶⁶

Este éxito llegaría al cine con la película "*Fiebre de sábado por la noche*", la idea surgió de un *periodista pop*, *Nick Cohn*, quien escribió un artículo de los ritmos que se bailaban el sábado por la noche. Así, con los bailes de *John Travolta*, las

⁶⁶ *Ibidem*, p. 50.

canCIONES de los *Bee Gees* y otros intérpretes, nació la película que batió récords cinematográficos y musicales.

Formaron parte del movimiento disco *Rod Stewart, los Beach Boys, Earth Wind and Fire, Village People, Elton John*, sólo por mencionar algunos.

En los primeros años de los 80 se explotaban los últimos latidos del sonido discoteca. Los grupos de *new wave* con físico agraciado resucitaban el fenómeno del *glamour rock*, que en ese momento se les llamó *nuevos románticos*, como *Duran Duran*, por ejemplo.

También la década de los 80's es la era de la cibemética. Los instrumentos electrónicos van desplazando uno a uno a los instrumentos tradicionales del rock, y es entonces que surge lo que conocemos como *techno pop*. Es la época del nacimiento de las grandes estrellas del pop como *Michael Jackson* y *Madonna*. Un nuevo baile, el *break dance*, de gran espectacularidad causa impacto. El cine lanzó una nueva forma de bailar con la película "*Flash Dance*".

Las décadas de los 80's y 90's además de Jackson y Madonna, aparecieron otras figuras pop como *Paula Abdul, Janet Jackson, George Michael* (primero en dúo *Wham* y después como solista), *New kids on the block*, entre otros.

Dentro de la música pop hallamos muchísimos estilos, muchas formas musicales que han ido cambiando a través del tiempo; y tal vez una de sus características más importantes es que ha ido cambiando de un país a otro, de una cultura a otra.

Debido a la penetración que la música pop ha tenido en los medios de comunicación también se le ha llamado música comercial.

Actualmente dominan el mercado pop grupos como *Backstreet Boys, N'Sync, Westlife* y cantantes como *Britney Spears, Cristina Aguilera, Dido, Shakira* (que acaba de incursionar en el mercado de la música en inglés), *Jessica Simphson, Nelly Furtado*, entre otros.

En el mundo de habla hispana podemos hablar de artistas como *Mecano, Menudo, Timbiriche* (en su etapa adolescente - juvenil), en la década de los 80" y

parte de los 90, y actualmente *La oreja de Van Gogh*, *Alaks Sintek*, *Benny Ibarra*. *Shakira*, por mencionar algunos.

Cabe decir que muchos de estos artistas son producto de la visión de un productor con amplia visión que reúne a varios jóvenes o a uno en especial, más o menos atractivos, los "enseña" a cantar y bailar un poco, luego pone a algunos compositores a que les escriban canciones alegres y pegajosas (todas muy parecidas entre sí), y entonces los promueve con grandes campañas de publicidad.

Con esta "formula" muchos grupos y solistas se han lanzado a la conquista de un mercado que prometió y cumplió arrojar ganancias exorbitantes no sólo para las compañías disqueras, sino para la industria de la moda, los almacenes de ropa, los fabricantes de cosméticos, los estilistas más sofisticados, para la industria del juguete, que aprovechando el éxito de un cantante hace un muñeco con su imagen, el caso más actual son las muñecas tipo Barbie con la cara de Britney Spears, la industria de la radio y el cine que han hecho telenovelas, series, programas y películas con los artistas de moda.

En el caso del cine, la música se ha ido abriendo camino, tanto que la Academia Norteamericana de Ciencias y Artes (Oscar) abrió una categoría de premiación bajo el rubro de Mejor Soundtrack, para galardonar a la música de una película. El premio lo han recibido músicos como *Elton John* (por *el Rey León*) y *Phill Collins* (por *Tarzán*).

La música pop siempre ha sido considerada un tanto ingenua, al menos hasta hace un par de años cuando los cantantes de música pop dejaron de hablar solamente de relaciones amorosas, amistosas y, en general cosas alegres, entonces agregaron a su repertorio musical el tema de la sexualidad, y en sus videos empezaron a mostrar escenas sugerentes de parejas semidesnudas sugiriendo el acto sexual. Entonces se volvió blanco de acaloradas críticas porque dejó a un lado su ingenuidad característica para hablar de temas que hoy son comunes entre los jóvenes.

"A pesar de que el pop no constituye una propuesta realmente autónoma, ya que toma y mezcla elementos de otros géneros musicales, este movimiento ha

dejado a su paso auténticos modelos de imagen y conducta que han marcado épocas, además de imponer un pegajoso *no sé qué* que la juventud ha encontrado irresistible.⁶⁷

Algo fundamental para la industria del pop son los *videoclips*. Corrían los últimos años 70 cuando surgieron los primeros destellos de este importante fenómeno que revolucionó la industria de la música.

Poco a poco el número de cantantes interesados en hacer un video promocional fue aumentando de modo considerable, a pesar de que era un mercado prácticamente inexplorado y no había gente con la experiencia necesaria para hacer del video una herramienta artística que trabajara de la mano con el propósito musical de una canción. Hoy en día la mayoría de los cantantes pop utilizan el video como forma de promoción, es más toda nueva canción se lanza simultáneamente con su correspondiente video.

Una vez que la industria del video cobró fuerza, el 1° de agosto de 1981 vio la luz uno de los mayores gigantes de la mercadotecnia norteamericana (y con el tiempo se extendería a todo el mundo): el canal de televisión más sintonizado que haya existido en cualquier parte del mundo. Su formato: barra continua de videos musicales las 24 horas del día, siete días a la semana, los 365 días del año, con intervenciones ocasionales de "vee - jays"⁶⁸, cápsulas noticiosas y promocionales, así como diversos programas de entretenimiento. Su nombre: *Music Television, MTV*.

Muy pronto, MTV se convirtió en el principal promotor de la música en video, y según la enciclopedia del Rock & Roll de la revista Rolling Stone "no sólo revolucionó todos los aspectos del negocio de la música, desde la promoción regular hasta las giras en concierto, sino que cambió la forma en que los escuchas/televidentes se relacionaban con la música y los artistas. Por primera vez,

⁶⁷ COSÍO, Rodrigo, "La imagen de una década. New wave, canciones para la pantalla." En *ERES* N° 253, México, 1° de Enero 1999, p. 65.

⁶⁸ Vee - jay o video jockeys, en alusión al disc jockey, encargados de presentar y mezclar música en las discotecas. (N. de la A.)

la música - el constante soundtrack de la vida adolescente - también tenía un constante componente visual."⁶⁹

La música popular comercializada se desenvuelve casi en su totalidad en los criterios que le marcan las compañías comercializadoras de la música. Esto lo podemos percibir de manera casi inmediata, ya que existe una constante repetición de ideas, ritmos y hasta de palabras y de títulos, además de un desdén hacia la tradición con una marcada inclinación hacia los modelos extranjeros.

Así, el desarrollo de la música popular en México, al menos la que más se difunde en las grandes ciudades y sus áreas conurbadas, se encuentra determinada por cierto tipo de relaciones sociales que han eliminado casi por completo los elementos tradicionales de la música popular mexicana por los diferentes aportes de las culturas dominantes que han desfilado a lo largo de la historia de nuestro país.

En la actualidad, la cultura musical que predomina es aquella que determinan los medios de comunicación colectiva. El sistema de difusión comercial de la música permite, cada día más la introducción de producciones de origen extranjero, principalmente norteamericano, situación que influye poderosamente en la formación del gusto popular, modificando la creatividad musical del pueblo y su modelo de vida.

Habitualmente, los avances de la música pop se producen de forma casual. Muchos cantantes en el mundo desarrollan ideas propias y algunas de ellas sin que nadie sepa exactamente por qué dan justo en el "clavo" y todo el mundo empieza a imitarla. Actualmente el mundo de la música pop se enfrenta a nuevos hallazgos tecnológicos y que habrán de ser estos los que marquen la evolución musical pop en los próximos años.

⁶⁹ COSÍO, Op. cit., p. 86.

1. LA MÚSICA Y SU INFLUENCIA EN LOS JÓVENES

La reflexión sobre la influencia de la música en los jóvenes podemos basarla partiendo de nuestro modelo de la orquesta de la comunicación, que dice que todos somos partícipes de la comunicación aún cuando no participemos activamente en ella.

Colectivamente los medios de comunicación se diferencian de otras instituciones del conocimiento como por ejemplo, el arte, la religión, la ciencia, la educación, etc., en varios aspectos:

"a) Desempeñan una función general como portadores de todo tipo de conocimiento.

b) Operan en la esfera pública, accesibles en principio a todos los miembros de una sociedad sobre una base abierta, voluntaria, no específica y de bajo coste.

c) Los medios de comunicación llegan a más gente que otras instituciones, y por más tiempo"⁷⁰, además pueden llegar a modificar las primeras influencias de los padres, la escuela, la religión, etc.

También debemos tomar en cuenta los efectos que los mensajes de los medios de comunicación producen en los jóvenes, o en otras palabras, la incidencia que los contenidos de los mensajes tienen en la conformación de la personalidad de los jóvenes en cada uno de sus aspectos. Esto sin olvidar que "el propósito básico del hombre al comunicarse es afectar, influir sobre sí mismo y sobre su medio social y físico".⁷¹

⁷⁰ McQUAIL, Denis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Ed. Paidós Comunicación, México 1996, p. 78.

⁷¹ BERLO, Op. cit., p 55.

2. MÚSICA Y CONDUCTA

La comunicación humana "recalca la importancia de una perfecta comprensión de la conducta del hombre. (...) Si la comunicación se halla destinada a influir en la conducta será necesario saber cuáles son las variables y los procesos fundamentales que subyacen en la conducta y el cambio en ella."⁷²

El 20 de abril de 1998, a las once de la mañana en la Preparatoria Columbine de Estados Unidos, se registra una masacre. Dos jóvenes de 15 años, autodefinidos como miembros de una "mafia de la gabardina" y admiradores de Marilyn Manson llevaron a cabo una "misión suicida" y dispararon literalmente contra todo lo que se moviera. Varios testigos declararon que los jóvenes gritaban que matarían a quienes fueran de las minorías raciales y a personas con sombreros, en un hecho que parece haber sido cuidadosamente planeado, ya que pusieron trampas explosivas en las puertas y otros lugares de la escuela. Horas después los cadáveres de los atacantes fueron encontrados en la biblioteca, al parecer se habrían suicidado después de haber llevado a cabo el ataque.

El anuncio de la matanza conmovió no sólo a los Estados Unidos, sino al mundo entero. El sitio policial duró más de cinco horas y fue transmitido por televisión en directo a una sociedad horrorizada que en la noche de ese 20 de abril aún no terminaba de creer lo que había sucedido, pero vio entrar a la escuela equipos de policía especial que horas después seguían revisando cada parte del edificio.

Los encabezados en los periódicos y en los principales noticieros era que estos jóvenes habían actuado influidos por la música de *Marilyn Manson*.

Marilyn Manson es una banda de rock que ha causado gran alboroto entre los jóvenes, es el blanco de los consternados padres de familia y sectas religiosas que ven en ellos un foco corruptor de la niñez y juventud sana; esto debido a la imagen y música de la banda. Parte de su imagen son los nombres de los miembros del grupo, que combinan el nombre de una diva con el de un afamado asesino serial, así el

⁷² *Ibidem.*, p. 43.

nombre de Marilyn Manson, surgió de la combinación de *Marilyn Monroe* y *Charles Manson*.

La banda se formó en 1990, e inmediatamente después de su lanzamiento fue atacada por promover satanismo, sodomía, pornografía, droga, violación, travestismo, fascismo, psicopatía, abuso sexual, pedofilia, automutilación, putrefacción, muerte...

En esto y en la letra de una canción llamada *irresponsible hate anthem* (*Himno de odio irresponsable*) que dice: "Soy tan americano, te vendería suicidio / soy totalitario, tengo abortos en la mirada / Odio al que odia, violaría al violador / Soy el animal que no sería el mismo / que se joda / Víctima ¿debería volver a oscurecer tus ojos? / Víctima, tú fuiste quien puso el palo en mi mano / Soy el mismo, mi odio es un prisma / Matemos a todo el mundo y dejemos que tu dios nos salve"(*Marilyn Manson "Irresponsible hate anthem" en Antichrist Superstar, 1996*), se basó la sociedad norteamericana para explicar la conducta de estos adolescentes.

Conducta es "la imitación de patrones de comportamiento inducidos por modelos presentados en los medios de comunicación; o la formación, modificación o eliminación de patrones de comportamiento."⁷³

La imitación juega un papel importante en la adquisición de la conducta. La observación informal prueba que en todas las culturas se utilizan modelos para promover la adquisición de pautas de comportamiento aceptadas y sancionadas por la sociedad. Por ejemplo, en muchas culturas, como la nuestra se pone de manifiesto como la compleja conducta propia del rol adulto puede adquirirse casi por completo mediante imitación.

El joven imita conductas que observa en las personas con las que convive cotidianamente, además al estar expuestos a los medios de comunicación, también imitan a los personajes que en ellos aparecen. Estas personas a las que imitan los jóvenes reciben el nombre de modelos.

Por ejemplo, *Jim Morrison* al frente de los *Doors*, "fue un rockero arquetípico, rebelde, enfrentado a una familia de larga tradición militar y una serie de autoridades

⁷³ SALAZAR, Op. cit., p. 71.

que le consideraban un disolvente de los principios éticos de la sociedad americana. Su muerte, en la bañera de un hotel parisiense el 3 de julio de 1971, por un ataque al corazón, le elevó a la categoría de mito, que ya rozaría en su vida,⁷⁴ y muchos jóvenes lo tomaron como modelo desde su forma de vestir hasta su conducta y actitudes.

No obstante, la vida social está regida por una normatividad formulada explícita e implícitamente, que gobierna la mayoría de los actos de un individuo, determinando tanto las acciones presentes como las futuras. La anticipación del comportamiento de los otros, que permite encauzar nuestra propia conducta dentro de ciertos marcos conocidos y previsibles, depende de la existencia de esas normas que indican qué hacer y qué esperar; que ordenan las interrelaciones sociales y proporcionan los marcos de referencia respecto de los cuales se proyecta toda interacción.

"Entonces la sociedad ejerce sobre sus miembros un control que opera mediante esas normas y que está destinado a impedir cierto tipo de conductas, - como la violencia - y canalizar otras, dentro de límites y cauces indicados también por esa normatividad, pues así como crea las normas para lograrlo, en las cuales se establece cuál es la conducta a seguir, el modelo a imitar, también señala cuáles son las acciones inadecuadas, la conducta sancionada, el modelo negativo. De esta manera el control social es una moneda de dos caras: en el anverso, la adaptación socialmente aceptada y esperada; en su reverso, la conducta socialmente inaceptada; pero ambas producto del mismo sistema."⁷⁵

De este modo, el grupo crea una doble presión sobre los individuos. Por una parte trata de inculcarles los valores y la ideología del grupo, hacerlos cumplir las normas. Y por otra, se les rechaza, señala y aparta impidiéndoles, por su conducta el acceso a la sociedad integrada y adaptada.

Esta situación se da con mayor frecuencia durante la adolescencia, ya que el individuo está conformando su conducta, está experimentando con ella, lo cual lo

⁷⁴ PARDO, Op. cit., p. 37.

⁷⁵ SALAZAR, Op. cit., p. 331.

lleva en muchas ocasiones a ser rechazado debido a que no encuentra su lugar de pertenencia en la sociedad.

A través del proceso de socialización el individuo adquiere de su medio sociocultural ciertas características más o menos permanentes; éstas han sido identificadas con el nombre de valores. A los valores se les conoce como orientaciones básicas o guías generales que el individuo posee y que dan integración a su conducta.

"Los valores no existen por sí mismos (...) necesitan de un depositario en quien descansar. Se nos aparecen, por lo tanto, como meras cualidades de esos depositarios. Más apropiado sería afirmar que los valores son cualidades irreales - aunque no ideales -, pues, por sí mismos no agregan realidad o ser a los objetos, sino tan sólo valor."⁷⁶

Después de los acontecimientos en Columbine, a Marilyn Manson se le prohibió la entrada a diferentes estados de Estados Unidos, es decir, se le sancionó por "inducir" a los jóvenes a tener conductas no aceptadas por la sociedad.

La violencia en la música no es algo nuevo, en Altamont, California, el 6 de diciembre de 1969, durante la actuación de los *Rolling Stones* ante más de cuatrocientas mil personas, un hombre de color apunta a *Mick Jagger* con un revólver y es apuñalado y muerto por una de las personas del equipo de seguridad del lugar en donde se efectuaba el evento.

"La violencia es un problema social que afecta diversas esferas de nuestra vida. De manera cada vez mas evidente estamos expuestos a la violencia y todos podemos generarla en distintas formas."⁷⁷

Dicho esto podemos decir que los adolescentes que abrieron fuego en la preparatoria Columbine, no lo hicieron por el simple hecho de que les gustara la música de Marilyn Manson. O que la persona que atacó a Mick Jagger lo hiciera porque le gustaba el rock & roll.

⁷⁶ TORNERO, Op. cit., p. 81.

⁷⁷ MILLÁN, Soberanes Juan F., Violencia en la familia, Ed. SEP, México 2000, p. 6.

Esto lo podemos explicar según la *teoría del refuerzo* "Klapper recopiló y sometió a rigurosas pruebas los diversos supuestos en torno al refuerzo, concluyendo que las comunicaciones de masas no constituyen, normalmente causa necesaria y suficiente de los aspectos que producen sobre el público. Según el autor es tal la cantidad de factores intermediarios en el proceso de influencia medios - receptor (...) que los mensajes son regularmente reducidos a meros agentes cooperadores, antes que en causa única; reforzando lo existente más que produciendo cambios." ⁷⁸

La conducta ya sea socialmente aceptada o rechazada se origina por diversos factores que propician su aparición. En primer lugar hay que considerar las contradicciones internas que una cultura plantea a sus miembros, al contraponer las demandas que ejerce sobre ellos y los valores que propugna.

Por ejemplo, valorar muy alto las virtudes morales como la generosidad y la caridad, y al mismo tiempo adorar y sacrificar esos valores en la búsqueda de su contrario: la riqueza; esta situación produce un choque generador de desilusión y frustración conducentes a conductas socialmente inaceptadas.

Esta dualidad genera las llamadas tensiones socioculturales: la sociedad como sistema y la cultura en general, puede generar tensiones y conflictos en la actuación de roles. En primer lugar hay que observar que en la sociedad una misma persona puede desempeñar simultáneamente o sucesivamente diversos roles. De aquí puede derivarse una fuente de tensiones, pues, así mismo, en la sociedad pueden imperar valores contradictorios respecto de esos roles simultáneos o sucesivos. Como sabemos, de esos valores se derivan expectativas que en este caso van a ser contradictorias, sometiéndolo al actor de los roles a una tensión que puede o no generar un conflicto, según el grado de incompatibilidad que exista entre estas expectativas.

⁷⁸ GALLARDO, Cano Alejandro, *Curso de teorías de la comunicación*, Ed. Cromocolor. Serie Comunicación, México 1998, p. 93.

Estas tensiones o conflictos de rol pueden ser provocados también por los medios de comunicación colectiva y los exponentes de la música, sobre todo en los adolescentes, ya que muchas veces la imagen presentada del adolescente es totalmente diferente a la que un chico común puede vivir y entonces crearle un conflicto de rol. Sin embargo no debemos olvidar que los medios de comunicación transmiten mensajes públicos, abiertos y no privados, lo que permite al adolescente decidir que toma y que desecha de los mensajes, es decir, los medios permiten la libre interpretación de la información que ellos transmiten.

Además debemos tener presente que los medios transmiten información y mensajes persuasivos acerca de una actitud, objeto, valor o problema; y que también buscan favorecer ciertos fines deseables.

"Las comunicaciones persuasivas acarrearán el aprendizaje de nuevas opiniones a través de los argumentos y recomendaciones presentadas. En tanto el receptor atiende y comprende el contenido de un mensaje repasa las nuevas opiniones y las anteriores, fortaleciendo la conexión asociativa entre los estímulos provistos por la comunicación y la respuesta de la nueva opinión."⁷⁹

Al adquirir y poseer valores el individuo tiende a ordenarlos en orden de importancia, lo cual nos da como resultado lo que conocemos como sistema de valores. El sistema de valores de un individuo le permitirá elegir entre varias alternativas en un momento dado. "El sistema de valores de una persona puede decirse que representa una organización aprendida de reglas, para hacer elecciones y resolver conflictos entre dos o más modos de conducta."⁸⁰

Si bien, los valores tienden a ser estables, también es cierto que de ninguna manera son estáticos. Como parte de la realidad sociocultural tienen necesariamente que reflejar los cambios sociales. Sin embargo, es interesante conocer el fenómeno del rezago cultural que hace que los cambios de valor sean más lentos que los cambios a nivel sociológico o económico.

⁷⁹ TORNERO, Op. cit., p. 96.

⁸⁰ SALAZAR, Op. cit., p. 112.

La razón de este rezago está dada porque los valores se adquieren a través de un proceso prolongado de socialización.

Marilyn Manson ha hecho una crítica muy fuerte a los valores o "falsos valores" como él los llama de la sociedad norteamericana, pero que bien puede aplicarse a cualquier otra sociedad, en su canción *Cake and Sodomy* : "*Todos los sábados por la mañana nos diste cucharadas de gusanos y mentiras disfrazadas de azucarados cereales para el desayuno, los platos que nos hiciste limpiar estaban llenos de tus temores, estas cosas se han endurecido en nuestros suaves estómagos rosas, tú nos convertiste en lo que somos, hemos crecido viendo tu televisión, somos un síntoma de los Estados Unidos cristianos, el más grande Satanás de todos, este es tu mundo y en el hemos crecido y seguiremos creciendo para odiarte.*" (Marilyn Manson, "Cake and Sodomy" en *Portrait of an american family* 1994.)

Unida a los valores tenemos a la moral, la cual no debe entenderse sólo como si fuera una reserva de normas y valores que ejecutan acciones de control de la conducta, sino que también es un sentimiento, un conocimiento. "La moral se expresa conductualmente en la convivencia social y así mismo tiene significado de conocer, saber y entender, sobre la responsabilidad de los propios actos."⁸¹

Debemos tomar en cuenta que aunque la moral, al igual que los valores, proviene de factores externos, no es una adopción de algo que fuera inexistente en el individuo. "Es de considerar que en todo hombre existe una tendencia al desarrollo de la moral, tendencia que se modulará y orientará de acuerdo al entorno sociocultural en que este desarrollo ocurra, o sea, que la moral es expresión de una potencialidad individual y de un proceso de adquisición circunstancial."⁸²

En el caso de la violencia, hace mucho que la sociedad empezó a dejar de verla como algo muy natural, normal y sin remedio. Hoy sabemos que la violencia se enseña, se aprende, se legitima y desafortunadamente se repite. También sabemos que se puede prevenir y que es posible salir de un círculo de violencia.

⁸¹ TORNERO, Op. cit., p. 226.

⁸² *Ibidem.*, p. 225.

"Un enfoque psicológico o personal de la conducta persigue las características individuales del organismo, es decir, lo que sucede entre el momento en que un individuo está expuesto a un mensaje y el momento en que este mismo individuo responde a ese mensaje. Un enfoque sociológico o de grupo de la conducta destaca más bien las relaciones entre las personas como factores determinantes de ella, es decir, la forma en que la presencia o ausencia de una persona o grupo de personas afecta la conducta de otras personas o grupo. Una tercera disciplina, la psicología social, ha intentado unir estos intereses y relacionar los factores personales y sociales que entran en el proceso de la comunicación."⁸³

Aunque la conducta sea en buena parte obra de los individuos y sea necesariamente el producto de la manera en que perciben lo que ocurre, su conducta estará guiada indiscutiblemente por la cultura y el entorno social.

3. MÚSICA Y ACTITUDES

"Las actitudes representan un determinante de primera importancia de la orientación del individuo con respecto a su medio social y físico. Tener una actitud implica estar listo a responder de un modo dado a un objeto social. Una actitud implica que hay una motivación despierta y una acción movilizada para acercarse o para evitar al objeto."⁸⁴

A mediados de los años 50 muchos adultos estaban convencidos de que el rock era una música maléfica y lujuriosa, y que sus interpretes eran unos seductores irresponsables de la juventud norteamericana, ya que "los discos que presagiaban el auge del rock tenían ya claros matices sexuales - *I want to play house with you* (1951), *Sixty minute man* (1951), *Make love to me* (1954) y *Sexy ways* (1954) - y fue *Elvis Presley*, el simbolo vivo de la sexualidad de muchos jóvenes."⁸⁵

Elvis, era guapo e "indecentemente" provocativo, cantaba con su voluptuosa y sensual voz al son de una música de atrayentes resonancia sexuales, la letra en

⁸³ SALAZAR, Op. cit., p. 43.

⁸⁴ MANN, León, Elementos de psicología social, Ed. Limusa, 7ª reimpresión, México 1980, p. 137.

⁸⁵ MASTERS, William H., La sexualidad humana, Tomo 3, Ed. Grijalbo, Barcelona 1987, p. 667.

cambio era de lo más convencional, *Heartbreak Hotel* (1956), *Love me tender* (1956) y *Let me be your teddybear* (1957). No obstante, cuando se presentaba en televisión, sufría una curiosa censura: los camarógrafos recibían la orden de tomarlo sólo de la cintura para arriba, ya que su vaivén de caderas (de ahí su apodo de "Elvis the pelvis") era considerado altamente "inmoral" y "provocativo.

Anterior a Elvis, hubo otros cantantes de rock que abordaban el tema sexual con mayor crudeza. Un caso muy interesante fue el de *Little Richard*, cuyas bufonadas y trasnochados atuendos constituían todo un augurio de lo que estaba por venir. El primero de sus grandes éxitos, *Tutti - Frutti*, se basaba en una cantaleta obscena que se antojó adecuada para ponerle música: "*I got a gal, her name's Sue / she know just what to do / I got a gal her name's Sue / she know just what to do / I've to the East / I've been to the West / But she's the gal I love the best (...).*"

Y "aún cuando la letra se había pulido, la genuina excitación sexual de la canción nos llega con una claridad mediana; todo el mundo sabía que más allá de aquella burrada, se ocultaba una incitación sexual."⁸⁶

Además en 1959, Little Richard es arrestado y condenado a siete años de prisión por delito sexual: haber cruzado la frontera de un estado de los Estados Unidos con una menor de edad con intenciones "deshonestas".

Sin embargo, los verdaderos revolucionarios musicales en esa época fueron *The Rolling Stones*, cuyos talentos musicales y ostensible atractivo sexual se conjugaba a la perfección con canciones de neto contenido erótico. Sus grandes éxitos discográficos fueron: *(I can't get no) Satisfaction*, *Let's spend the night together* (que se prohibió en la mayoría de las emisoras de radio estadounidenses). A diferencia de los *Beatles*, los *Stones* incluían en sus temas aspectos como el sadomasoquismo, la masturbación y la relación sexual sin tapujos.

Debido a esto la sociedad se empezó a preocupar por el contenido de la música que los jóvenes escuchaban, creían que la música pretendía cambiar la actitud que los jóvenes tenían frente a la sexualidad y que ella había conformado mediante la intimidación y la represión. Una actitud que los jóvenes en ese entonces

⁸⁶ *Ibidem.*, p.667

adoptaba más por miedo y para evitar el rechazo social, que por estar plenamente convencido de que era lo correcto (aunque por supuesto había quienes sí lo creían).

Las actitudes tienen una base funcional en el sentido de que una opinión específica puede desarrollarse y mantenerse para satisfacer una necesidad social que es importante para la persona. Las actitudes constituyen el fundamento de los modos de conducta constantes con respecto a objetos sociales, sucesos y problemas durante un periodo de tiempo. El individuo al tener una actitud, le permite ordenar y dotar de significado a ciertos aspectos del medio social en que se mueve.

Así, si los jóvenes adoptaban o aparentaban adoptar la postura que la sociedad les imponía respecto al sexo era más bien para satisfacer una norma social. Después de esta "revolución sexual" iniciada por el rock, el tema fue quitándose velos y a la par del desarrollo y evolución de la sociedad, se fue haciendo más fácil hablar del sexo.

En los 70 *Donna Summer*, lanza su canción *Love to love you baby* la cual está llena de connotaciones eróticas. Y así llegamos a los 80 cuando *The pointer sisters* pusieron a temblar a las buenas conciencias con su canción *I want a man with slow hand*, cuya letra dice: "Quiero un hombre que me trabaje sin prisa, deseo un amante que me toque con suavidad, quiero que alguien me dedique un rato, y no que llegue y se vaya acalorado y presuroso."

Otros grupos que tratan el tema de la sexualidad en sus canciones son: *Kiss* con *Love gun (Pistola del amor, en alusión al pene)*, *Making love all night long* y *Let's put the X in sex*. O el grupo *Heart*, con su canción *All I wanna do is make love to you*.

Ya para la década de los 90's, el sexo se había despojado de casi todos sus velos, ya no constituía un tema "espeluznante" y prohibido para la mayoría de la sociedad, aunque todavía los grupos más conservadores lo veían como algo inmoral. Entonces aparece *Alanis Morissette*, quien puso una vez más el dedo en la llaga, al incluir en su primer disco temas que hablan claramente de asuntos sexuales y todavía más cuando este disco vendió más de 16 millones de copias al rededor del mundo. La canción que más ampula levanto fue *You oughta know* que dice: "¿es tan

pervertida cómo yo? / ¿piensas en mi cada vez que te la coges (sic)? / porqué cada vez que hacíamos el amor no te era suficiente / y cada vez que arañó la espalda de algún otro espero que lo sientas / ¿puedes sentirlo?." (Alanis Morissette "You ougtha know" en Jagged little pill, 1995).

Fue entonces que la sociedad termino por darse cuenta que el sexo ya no era más algo que "asustaba" a los jóvenes, sino que es parte de su vida, y que de ninguna manera tiene algo de malo. Ahora en los inicios del siglo XXI la actitud de los jóvenes frente al sexo es diferente, ellos conviven con su sexualidad de una manera sana y pueden hablar de ella libremente en un salón de clases, con sus amigos, con sus padres e incluso manifestarlo a través de la música y demás medios de comunicación sin ningún problema.

Si bien la música es una fuente de influencia social en las actitudes de los jóvenes, ésta no podrá modificar por si sola las actitudes que los jóvenes han adquirido a lo largo de su vida y que le han procurado gratificaciones.

El hecho de que una canción hable de sexo y diga que es maravilloso, no es suficiente para que un joven vaya y tenga sexo, pero si el grupo de amigos al que pertenece lo presiona, no ha recibido una correcta educación sexual y el componente cognoscitivo de su actitud ante el sexo es débil, entonces lo más probable es que ese joven tenga relaciones sexuales sólo para evitar ser rechazado por su grupo de amigos aunque él siga pensando que no está bien.

Las interacciones en la familia son la fuente de las primeras y más fuertes influencias sobre las actitudes. Los padres transfieren a sus hijos sus propias opiniones, prejuicios y preferencias, a través del proceso de identificación, es decir, de la apropiación de los atributos de otra persona. Aunque estas actitudes son las primeras y a menudo se aprenden con un alto grado de implicación emocional, se mantienen solamente mientras la relación con los padres es satisfactoria y gratificante.

Si bien, gran número de opiniones se transmiten de padres a hijos, otras se aprenden en la iglesia o en la escuela. Los medios de comunicación colectiva son un medio muy eficaz para transmitir actitudes pues llegan a millones de personas.

Los medios de comunicación colectiva, aunque a veces, se les deslinda, cuando presentan algún mensaje, ya sea agradable o desagradable, ejercen una influencia poderosa en el público. Esta influencia no es directa, sino indirecta, ya que se da a través de los líderes de opinión, éstos son, gente particularmente atenta a los medios que interpretan y transmiten la información a su círculo de amigos y colegas. "En lo que ha sido llamado la doble cascada de los medios de comunicación, las informaciones e ideas fluyen de los medios a los líderes de opinión de la comunidad y del vecindario, y de éstos, de boca en boca, a los miembros ordinarios de la comunidad."⁸⁷

Esto ha dado pie a que se creen numerosos estereotipos y prejuicios como el de que todo aquel que escuche rock consume drogas. Desde siempre música y drogas han estado estrechamente ligados, por lo tanto no es difícil afirmar, según explica Andrés Ramírez en su artículo Rock y drogas, que "las drogas siempre han sido un factor determinante en la evolución del rock, aunque sería más correcto afirmar que han sido catalizadores de la conciencia y el desarrollo del hombre, ya que han estado presentes desde el inicio de la humanidad."⁸⁸

A mediados de los años 60, la juventud del mundo empezaba a fumar con cierta cotidaneidad la *manhuana*, tal vez como otro símbolo más de rebeldía unida con el rock & roll. Pero llegó la química y todo el mundo se puso a hablar del ácido *lisérgico*, LSD. El "viaje" se convirtió en la experiencia de la que nadie "in" podía carecer. Las campañas pro liberación del LSD se multiplicaron mientras noticias de accidentes y locuras repentinas por "malos viajes" se repetían como un grito de advertencia en todos los medios de comunicación.

Así la muerte de *Janis Joplin*, el 4 de octubre de 1970 en un hotel de Hollywood por una sobredosis es transmitida por los medios como una advertencia (y un recordatorio) de lo que la drogas matan.

"Y así nació la *psicodelia*, palabra que venía a definir el estado de percepción sensorial expansiva en que el ácido sumía a sus fieles."⁸⁹

⁸⁷ MANN, Op. cit., p. 181.

⁸⁸ RAMÍREZ, Andrés, "Rock y drogas" en MARTÍNEZ, Rentería Carlos, Op. cit., p. 123.

⁸⁹ PARDO, Op. cit., p. 30.

Los *Beatles*, pioneros también de esto, experimentaron el ácido y compusieron temas bajo su influencia. Temas que van del "*Lucy in the Sky with Diamonds*" (LSD), "*Strawberry fields forever*" al álbum "*Sgt, Peppers lonely hearts club band.*"

Simultáneamente y como rechazo a un mundo cada día más agresivo, en San Francisco, empieza a nacer una nueva "religión" son los hijos de las flores, pacifistas, discípulos de las teorías de *Gandhi*, son conocidos como *hippies*.

El LSD y los *hippies* tienen su propia música. Su himno es quizá "San Francisco" de *Scott Mckenzie*. Así, todo lo que sean nuevas experiencias, nuevas sensaciones vale en este mundo permisivo, cuya única ley parece ser la de no hacer daño a los demás.

El prejuicio es una combinación de opiniones, sentimientos y tendencias conductuales. Algunas actitudes como la del rechazo ante los que conducen en estado de ebriedad, se basa en información objetiva. Pero no así en el caso del prejuicio. "Este se basa en un estereotipo, o sea un conjunto de creencias basadas en información falsa o incompleta que se aplica sin sentido crítico a un grupo entero de individuos. Esa clase de estereotipos lleva a apreciaciones falsas e impiden captar las diferencias individuales."⁹⁰

En la década de los 90's se publicitan dos muertes más por el consumo de drogas: *Kurt Cobain*, vocalista del grupo *Nirvana*, se suicidó bajo los efectos de la heroína de un disparo en la cabeza, en su carta póstuma escribió: "Hay algo bueno en todos nosotros y simplemente amo demasiado a la gente, tanto que eso me hace sentirme jodidamente (sic) triste (...) Es mejor arder que desvanecerse. Paz, amor, empatía..."⁹¹ Lo contradictorio aquí es que en ese momento Cobain lideraba un movimiento anticonsumo de drogas.

Un caso similar fue el de *Michael Hutchens*, vocalista de *INXS*, de su muerte circularon dos versiones, una que se había suicidado provocándose una sobredosis;

⁹⁰ SMITH, Ronald, Psicología. Fronteras de la conducta, Ed. Harla, 2ª edición, México 1982, p. 719.

⁹¹ GIBERTI, Eva, "Hijos del rock" en CUBIDES, Humberto, Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Ed. Siglo del Hombre, Colombia 1998, p. 187.

la segunda es que murió de una sobredosis no provocada, simplemente se le paso la mano.

Así para cuando *Marilyn Manson* llega al circuito comercial, y acepta abiertamente su adicción a las drogas, pretende defenderse y defender al mundo de la música de las acusaciones de la sociedad (cuando dice que los jóvenes consumen drogas influidos por la música y sus exponentes) declarando que, el hecho de que él consuma drogas no significa de ninguna manera que aliente a sus seguidores a hacerlo.

La música es un medio de comunicación y como medio tiene la capacidad de transmitir mensajes a un público numeroso. La música, no es sólo la canción que escuchamos en la radio o un cassette o un disco compacto, la música tiene apoyo visual en los videoclips, en las presentaciones de los cantantes en diversos programas de televisión, y su aparición en revistas.

En todos estos espacios podemos observar las actitudes que ellos tienen o que pretenden transmitir a los jóvenes. Así por ejemplo, un cantante puede decir que no está a favor de la infidelidad, pero sus canciones tocan este tema, entonces estará transmitiendo un doble mensaje y es aquí cuando el adolescente tiene que evaluar la información y discriminar aquella que no le parezca correcta, de acuerdo a sus creencias y que tan arraigados estén los componentes de la actitud que el mismo se haya forjado de la infidelidad.

La teoría de las relaciones sociales puso de manifiesto que los mensajes transmitidos por los medios de comunicación generan poca o escasa tendencia al cambio de actitud.

Esto debido a que en "la información, los datos sufrían un viaje más accidentado que el que se suponía realizaban de los medios a los individuos: fluían en dos etapas básicas o escalones. De los medios pasaban a aquellos individuos bien informados y generalmente más atentos a los medios. De estos líderes de opinión, los datos e información pasaban a otros individuos menos enterados a

través de canales interpersonales. A ese subproceso comunicativo se le denominó *two steps flow o teoría de flujo de comunicación en dos pasos*.⁹²

4. MÚSICA Y PERSONALIDAD

Llamamos "mitología de la modernidad a una serie de signos, ritos, símbolos, fenómenos, lenguajes, mensajes, manías, expresividades, rupturas, tics..., que puntean la larga sombra inquieta de la actualidad, lo contemporáneo, el presente, el hoy, nuestro tiempo, el aquí y ahora o como rayos (sic) prefiramos denominar lo que acontece delante de nuestros ojos. Es decir, al conjunto de hechos que provocan y configuran esos acontecimientos centrales o periféricos en los que nos hablamos y nos reconocemos sin más, como seres sociales o individualmente integrados."⁹³

Esas mitologías que se alojan en los medios de comunicación colectiva son consideradas como "divinidades" múltiples, promiscuas, de exageradas pasiones y rasgos humanos; dotadas de escasa durabilidad, siempre espectaculares en sus acciones y con una incidencia en los ocios y negocios de los individuos. "Dioses, héroes, mitos plurales, vertiginosos y efímeros, coyunturales, terribles o risueños, según las modas, que surcan a velocidades audiovisuales las ondas hertzianas y que provocan identificaciones o rechazos masivos, delirios colectivos, pauta universales de comportamiento, ritos planetarios de consumo."⁹⁴

Esto es, estas personas que aparecen en los medios de comunicación se vuelven ejemplos a seguir entre los jóvenes, para ir conformando (o experimentando) su personalidad.

"La personalidad es una organización de características que funciona por determinados mecanismos y que interactúa con el medio."⁹⁵ O "una organización de fuerzas más o menos permanentes dentro del individuo asociada con un complejo de

⁹² GALLARDO, Op. cit., p. 92.

⁹³ CUETO, Juan, Mitologías de la modernidad, Ed. Aula Abierta Salvat, Barcelona 1982, p. 1.

⁹⁴ *Ibidem.*, p. 9.

⁹⁵ SMITH, Op. cit., p. 528.

actitudes, valores y modos de percepción bastante conscientes que explican, en parte, la consistencia en el comportamiento.⁹⁸

Así por ejemplo, una película: *Rebelde sin causa*; un actor: *James Dean*; una moda: *los jeans*; y por supuesto un ritmo; el *rock & roll*, se convierten en componentes de la nueva personalidad de los jóvenes del mundo en los años 60.

La imitación juega un papel importante en adquisición de la personalidad. Conforme vamos creciendo adoptamos ciertas reacciones ante situaciones determinadas. Estas reacciones tiene su origen en la observación - imitación de modelos, estos modelos pueden ser nuestros padres, personas muy cercanas a nosotros, alguien a quien admiremos o los cantantes de moda que mayor presencia tienen en los medios de comunicación.

Estos modelos pueden estar vivos o muertos, uno de los fenómenos culturales más característicos de nuestros días ha sido la "divinización" de los viejos héroes de la música, las incontables figuras del rock que no dejan de sonar desde hace más de cincuenta años, han sido y son idolatrías de ámbito universal, nacidas, difundidas e impuestas a través de los medios de comunicación.

Los modelos juegan un papel fundamental en la conformación de la personalidad y la modificación de las normas sociales, con lo que ejercen gran influjo sobre la conducta de los adolescentes.

Así el impacto de las "estrellas" juveniles no es sólo sonoro, sino también visual: a *Elvis* se le conoció popularmente como *The pelvis*, por sus "provocativos" movimientos; los *Beatles* se identificaron por sus melenas y con su canción *She loves you* desataron el furor de las fans y provocó el nacimiento de una nueva moda, por muchos llamada como la "*beatlemania*", pero alguien aprovecho los "yeh - yeh" de la canción para bautizar toda una época y toda una moda como lo ye - ye.

En la década de los 60, la personalidad de los jóvenes cambió de manera radical, gracias a la apertura provocada por el rock; los muchachos vestían de una forma que la sociedad calificaba de "descarada", y la nuevas actitudes que surgieron

⁹⁸ BARNOUW, Víctor, Cultura y personalidad, Ed. Troquel, Argentina 1967, p. 22.

respecto al sexo también escandalizaron a esa sociedad que se asustaba por la forma de ser de los jóvenes pero que parecía indiferente y "conforme" ante la guerra.

"Es necesario reconocer que toda cultura genera una normatividad que rige las expectativas acerca de lo que es positivo y negativo en la conducta de sus miembros. Toda cultura crea modos de vivir y de actuación, además de indicar cuales son los modelos a seguir. En este sentido esta normatividad es una base para la sociedad. Una plataforma de acción común a la mayoría de los individuos que integran el grupo, que garantiza la cohesión necesaria para que el grupo subsista como tal."⁹⁷

Cada sociedad crea entonces sus adaptados y sus "desviados", en referencia a esas pautas o modelos sociales, sobre los cuales estructura las expresiones individuales; y al crear a sus "desviados" aquellos que están fuera de las normas, genera también un sistema paralelo basado en aspectos implícita o explícitamente prohibidos o condenados a esas normas.

Generalmente esos desviados desde siempre han sido aquellos rebeldes que gustan de romper con las reglas. *Elvis Presley, Little Richard, Beatles*, los exponentes del *glam rock* y del rock en general, *Madonna, Marilyn Manson, Alanis Morissette*, en fin todos aquellos que en su momento rompieron "reglas" son considerados por la sociedad como "*modelos negativos*", es decir los que poseen actitudes o atributos indeseables para la sociedad.

El problema con este "modelo negativo", es que al intentar disuadir a los adolescentes de que actúen de una forma socialmente indeseable, la sociedad tiene que subrayar y detallar muchas veces la conducta que considera como desviada y explicar el porqué la considera así y es negativa para los chicos. Cosa que cada vez le es más difícil.

Así por ejemplo cuando el cabello largo en los hombres se puso de moda o cuando se empezó a propagar el uso de la minifalda, cuando Madonna usaba la ropa interior como exterior, cuando se empezaron a utilizar de forma más abierta los anticonceptivos y se empezó a hablar de sexo sin tapujos, la sociedad (o tal vez

⁹⁷ SALAZAR, Op. cit., p. 287.

sería más correcto decir los sectores más conservadores de la sociedad) nunca pudo darle a los jóvenes una razón convincente y lógica de porqué esto era malo.

Ya hemos mencionado que es durante la adolescencia que el individuo adquiere su potencia intelectual. Sin embargo, las habilidades intelectuales de los adolescentes son algo paradójicas. Por una parte, los adolescentes adquieren el poder de razonar, que les permite descubrir soluciones difíciles a problemas complejos. Estas habilidades cognitivas recién halladas permiten también, al joven, hacer juicios cada vez más complejos acerca de dilemas morales y éticos. Por lo que es la etapa perfecta para experimentar con la personalidad y con las actitudes, no obstante, el adolescente no lo hará inconscientemente, sino que apoyado en su entorno y su bagaje sociocultural tomará decisiones e irá conformando su personalidad.

Si bien en la actualidad los medios de comunicación detentan el monopolio de la historia, porque ellos son los productores de ídolos e idolatrías en serie, son centros emisores de lo espectacular, talleres del acontecimiento, no son determinantes para que un joven base la formación de su personalidad en ellos.

"En 1996, Richard Kuntz, un joven de 15 años de edad fue encontrado por su madre, tendido en el suelo después de dispararse en la sien, al lado de la cama, reposaba sobre un periódico inglés con un artículo sobre Marilyn Manson y en el reproductor de discos todavía sanaba *Antichrist Superstar*."⁹⁶ La lógica desesperación de los padres del joven, los llevo a culpar a Manson del suicidio de su hijo, alejando así toda responsabilidad, como si hubiera sido Manson y no ellos el encargado de educar al suicida.

Manson respondió a estas declaraciones diciendo que los padres del joven tenían la obligación de enseñar a su hijo a distinguir entre un disco y la realidad.

De acuerdo con el *principio de la atención y percepción selectivas*, los individuos son capaces de prestar atención conscientemente a ciertos mensajes, rechazando otros y por ende interpretándolos de la misma forma. Así la

⁹⁶ MITCH, Herskowitz, *Hit parader*, E. U. A., Febrero 1997.

personalidad de individuo no esta sólo conformada por lo que ve en los medios, sino por todos los mensajes que le llegan de su entorno sociocultural.

Algunas personas, en algunas ocasiones son persuadidas más fácilmente que otras a hacer alguna cosa o albergar una creencia. Es un hecho bien conocido que las mismas presiones sociales son experimentadas en forma diferente por personas diferentes. En otras palabras, las reacciones a la persuasión ejercida por la música y por diversos acontecimientos sociales, están determinadas no sólo por quién lo dice y por lo qué dice, sino también por las características sociales y de personalidad del individuo a quién se dice.

Por ejemplo - dice Schramm - que las personas con baja capacidad intelectual y con educación relativamente reducida, tienden a ser más vulnerables si el mensaje contiene una presentación unilateral, limitada exclusivamente a los argumentos que favorecen la conclusión del comunicador; mientras que las personas mejor educadas y con mayor capacidad intelectual tienden a someterse más a la influencia si el mensaje contiene una presentación bilateral, que incluya por lo menos una pequeña cantidad de argumentos en favor del otro lado de la cuestión. Esta sensibilidad a diferentes tipos de mensajes emocionales y racionales está probablemente relacionada también con diferencias regionales.

Otro factor que influye en la susceptibilidad a los mensajes es la edad de los individuos. A medida que pasamos por las diferentes etapas de nuestra vida tenemos que asumir diversos papeles, papel significa "una conducta determinada que la sociedad espera de un individuo en una situación social particular."⁹⁹ El saber que se considera apropiado para la edad que tenemos ayuda a reducir la ansiedad en el individuo, porque le permite saber qué debe hacer bajo condiciones sociales particulares, esto da lugar a un sentimiento de seguridad que es especialmente importante durante la adolescencia.

⁹⁹ ENGLE, T. L., Psicología. Principios y aplicaciones, Ed. Publicaciones cultural, México 1977, p. 358.

Este sentimiento de seguridad y de reafirmación de la personalidad de un joven se puede dar también a través de la moda. "La moda es un fenómeno psicosocial complejo (...). La moda aparece ligada a los valores de modernismo, de progreso y de juventud. Es factor de renovación y nos orienta hacia el porvenir. Hace preferir lo nuevo, únicamente porque lo es. (...) Es expresión de la voluntad colectiva, avanza en el sentido de la historia. Quienes la prefieren son los jóvenes, porque la moda siempre es joven."¹⁰⁰

Los "rebeldes" de la sociedad han creado la llamada antimoda, "esta se opone a la moda, es decir, a la comercial, preparada con mucha antelación e impuesta a fuerza de publicidad y de machaqueo, la moda oficial, la moda lista para el consumo.

La antimoda es (...) Totalmente contraria a la moda y a su producción en serie, pretenden estar todos "fuera de moda", pero lo que pasa es que están fuera de la moda comercial de las tiendas, pero siguen la moda de los jóvenes. Entonces la antimoda se ha hecho moda, todos los productos de la antimoda han sido copiados y producidos en serie."¹⁰¹

Los medios de comunicación colectiva producen y reproducen en cantidades industriales miles de rostros, máscaras, figuras de estilo y entonación, es decir, modelos de identificación y seducción, para que sean objetos de consumo de los jóvenes. Después de todo, no debemos olvidar que la juventud es uno de los mitos más atractivos, constantes y cambiantes del mundo actual.

Desde la década de los 60's los jóvenes fueron decretados los héroes del mercado de consumo de masas, al mismo tiempo que llegaron a ser los productores de los principales escándalos sociales. Así el joven se convirtió en el inevitable punto de referencia del discurso adulto (para halagarlo o conjurarlo), "y la mareante historia de las diversas teorías emitidas para explicar el fenómeno - rebelión contra los padres, nueva clase revolucionaria, hedonismo, utopismo, narcisismo, masificación urbana, violencia institucional, crisis de los valores tradicionales, nueva

¹⁰⁰ DESCAMPS, Marc Alain, Psicosociología de la moda, Ed. FCE, México 1986, pp. 24-26.

¹⁰¹ Ibidem., pp. 56-59.

espiritualidad, desencanto, - corre paralela con la también mareante historia de los diversos agrupamientos que se suceden a ritmo vertiginoso como contradictorio. desde que el joven se hizo, por un lado, carne de consumo y por el otro verbo de protesta: *hippies, ye - yés, rockeros, punks, gays, pacifistas, metaleros, etc.*, grupos que se articulan alrededor de un sonido, un gesto, un atuendo, una metáfora, una jerga, un instrumento, una zona urbana, una utopía de cambio personal¹⁰²

De esta forma, al modelo o nuevo "héroe" de la música (y de los medios de comunicación en general) se le exige para desempeñar su papel: ericanto físico, imagen pública, maquillaje profesional, atractivo perfecto, naturalidad ante los micrófonos y las cámaras, actitud de galán o mujer sensual para caminar por el mundo del espectáculo. Un simple fallo en su tono de voz, en su maquillaje, en su indumentaria, en su retórica, en sus numerosas prótesis puede significar un desastre total en su "agotadora" carrera hacia el éxito en los medios de comunicación.

Así vemos en la calle desfilan a cientos o tal vez miles de niñas vestidas como *Britney Spears, Madonna, Cristina Aguilera, Jennifer López, Dido, Jessica Simpson, etc.*; y muchachos vestidos como los *Backstreet Boys, N'Sync, West Life, Ricky Martín*; o a ambos sexos siguiendo la moda ("antimoda") de los rockeros, *Linkin Park, Ramstein, Eminem, Marilyn Manson, etc.*

Pero este querer imitar a los cantantes a llevado a los jóvenes a correr altos riesgos, especialmente en el caso de las mujeres que dispuesta a tener el cuerpo de las más famosas cantantes se han expuesto a enfermedades como la *bulimia* y la *anorexia*¹⁰³.

Así pareciera que la personalidad de los jóvenes está masificada por los exponentes de la música y por los medios de comunicación.

Sin embargo, de acuerdo con la *teoría de las diferencias individuales* "los mensajes de los medios no inciden de manera uniforme en las personas, debido a

¹⁰² CUETO, Op. cit., p. 12.

¹⁰³ Desórdenes alimenticios que pueden incluso llevar a la muerte. En el caso de la bulimia, es cuando la persona come para después vomitar, mientras que la anorexia es el comer muy poco o dejar de comer. (N. de la A).

que éstas presentan peculiaridades de personalidad psicológicas que las distinguen entre sí. Tales diferencias obedecen a distinciones biológicas, pero en mayor medida se deben a factores de aprendizaje. Cada individuo aprende en ambientes distintos, de los cuales extrae valores, actitudes y un sistema de creencias particulares, de cuya articulación interna surge una formación peculiar (personalidad). Esto distingue a una persona de otra - en cuanto a preferencia y susceptibilidad para captar determinados mensajes -. Además, determina que la percepción difiere de un individuo a otro, según la naturaleza de su estructura psicológica.¹⁰⁴

Entonces aunque los jóvenes vistan igual, compartan actitudes, gustos musicales, rebeldía, en el fondo su personalidad es distinta porque no todos crecieron en el mismo ambiente económico, social y cultural; este contexto marca de manera importante la personalidad de cada individuo y les crea personalidades distintas aunque estén expuestos a los mismos mensajes.

Es decir, estas diferencias en la personalidad tienen que ver por ejemplo con la conducta. Los patrones conductuales ayudan a conocer un poco la identidad del individuo que lo hace distinto de los demás. En segundo lugar, la conducta tiene una causa interna percibida; procede del interior del individuo y no de la situación inmediata. Cuando una conducta se debe evidentemente a factores ambientales, suministra escasa información sobre el carácter del individuo.

En tercer lugar, se piensa que una conducta en que se manifiesta la personalidad posee organización y estructura. Cuando las conductas de un individuo parecen unirse en forma significativa, nos resulta cómodo atribuirles a una personalidad que guía y dirige su proceder.

La vida social organizada tiene como pre - condición un grado de percepción común de la realidad, hecho al que los medios de comunicación contribuyen tal vez más que otras instituciones sobre una base diaria, continuada, aún cuando el impacto sea muy gradual y no pueda percibirse conscientemente. También es

¹⁰⁴ GALLARDO, Op. cit., p. 102.

importante recalcar que los "medios de comunicación colectiva desempeñan un papel mediador entre la realidad social objetiva y la experiencia personal."¹⁰⁵

Los medios de comunicación por otra parte han sido utilizados también como "ejemplos irrefutables de la era de la despersonalización, de la suprema manipulación del individuo."¹⁰⁶ Es decir, el fin del individuo, la disolución de lo personal, la liquidación de lo privado, el apocalipsis del yo por culpa de la masificación; la muerte de lo social, por la uniformación de los comportamientos y de los gustos, la centralización de los mensajes, la globalización de los deseos y la actitudes, el triunfo de la repetición sobre la diferencia.

"Las conclusiones sobre la personalidad de un individuo suponen percepciones sobre su comportamiento, y las percepciones variarán según las conductas que van a ser observadas, la situación en que se halla el sujeto, y las cualidades personales del observador. Ello significa que la personalidad es producto de nuestras percepciones de la conducta, y no algo que se encuentra en el interior de aquél a quien estamos viendo."¹⁰⁷

Así, el efecto neto de la música y de todos los medios de comunicación "tiende a ser muy limitado, consiste con frecuencia sólo en reforzar creencias y actitudes preexistentes. Los intentos de producir cambios fundamentales en los prejuicios sociales y los estereotipos (...) generalmente se encuentran con un grado extraordinariamente alto de resistencia psicológica, cuyas fuentes apenas estamos comenzando a comprender."¹⁰⁸

Basados en esto se han observado las condiciones generales bajo las cuales la resistencia al cambio será relativamente más elevada y más baja. Podemos describir algunos factores de la comunicación que ayudan a producir un nuevo punto de vista en un auditorio en aquellas raras ocasiones en que su resistencia ha sido lo suficientemente reducida como para permitir por lo menos una ligera modificación en las actitudes preexistentes. Hablamos en este caso, de factores tales como el papel

¹⁰⁵ McQUAIL, Op. cit., p. 78.

¹⁰⁶ CUETO, Op. cit., p. 20.

¹⁰⁷ SMITH, Op. cit., p. 528.

¹⁰⁸ SCHRAMM, Wilbur, La ciencia de la comunicación humana, Ed. Roble, México 1974, p. 66.

que se percibido en el emisor del mensaje, los tipos de apelaciones emotivas empleadas en el orden de presentación de argumentos positivos y negativos.

Actualmente los jóvenes son "los héroes del mercado, pero han dejado de ser los héroes de la historia. Ya no son la metáfora dominante y rebelde contra la ideología dominante.

(...) Las jergas provocadoras, las indumentarias extravagantes, los radicalismos eróticos, los extremismos ideológicos, los sonidos revolucionarios, los nuevos gestos asfálticos, no inquietan como antes a la sociedad adulta."¹⁰⁹

Aquellas rebeldías de décadas pasadas han sido reconvertidas en discos, *gadgets*,¹¹⁰ decoraciones, modas, diversiones mercancías de boutique. Mientras que muchas de las actuales rebeldías de los jóvenes han sido masivamente adoptadas por la sociedad adulta.

En relación con los efectos de la música en la personalidad resulta fácil establecer una serie de argumentos pedagógicos con los que parece sencillo elaborar unas normas sobre los posibles efectos del consumo de la música.

"Este tipo de relaciones se crea por condicionamiento en la recepción individual (vinculaciones asociativas de la música y los estados emocionales por los rasgos específicos de la recepción individual) y por la combinación de música e interpretación musical (por ejemplo, música de marcha - militar; música lenta - tranquilidad) creada a lo largo de la historia y propagada por las instancias culturales. Si esta relación de estímulo - reacción está establecida emocional y cognitivamente por el aprendizaje intencional, por la habituación o por condicionamiento más o menos perceptibles, puede ser utilizada - con un carácter específico en cada individuo - para provocar estados de ánimo y asociaciones, es decir, puede tener efectos.

La música es para el receptor una satisfacción sustitutiva de los deseos, impulsos y necesidades no satisfechos y, por ello en los principios psicoanalíticos tienen la misma función que el sueño. Por ejemplo en lo que ellos llaman la *teoría*

¹⁰⁹ CUETO, Op. cit., p. 13.

¹¹⁰ Pequeños objetos de uso diverso, cuya característica consiste en la novedad. (N. de la A.).

del ritmo erótico, se explica el gusto por el ritmo a través de su comparación con el ritmo de la cohabitación."¹¹¹

Esto lo podemos explicar con la *Teoría de la catarsis*¹¹² o *Teoría del vicario*, de acuerdo con esta teoría "los medios (...) con su alto contenido de mensajes (...) sirven como vehículo para esa catarsis en el individuo, al permitirle desahogar la tensión acumulada. Los sentimientos de hostilidad quedan anulados."¹¹³

La relación entre el efecto de la música y el estímulo musical es arbitraria, es decir, se podría relacionar infundadamente una misma música con efectos distintos e incluso contrarios.

De esta forma, "el joven actual encara su existencia desde la omnipotencia imaginaria, sin deuda frente a ningún referente que lo trascienda, debiéndose sólo así mismo y desvinculándose de cualquier reconocimiento del pasado y de cualquier compromiso con el futuro."¹¹⁴

Así podemos concluir que el desarrollo de la personalidad es fruto de una interacción dinámica de los rasgos de los individuos, los factores culturales, de los acontecimientos de su vida y del periodo histórico en que la persona vive. Y no está basada enteramente en los medios de comunicación.

¹¹¹ DOLLASE, "La música ligera. (Canciones de moda, disco, pop, rock, jazz.), en KAGELMANN, Op. cit., p. 314.

¹¹² Una catarsis es un desahogo, un alivio emocional que el individuo experimenta para liberarse de las tensiones acumuladas debido a frustraciones o contradicciones en su vida cotidiana. (N. de la A.).

¹¹³ GALLARDO, Op. cit., p. 102.

¹¹⁴ SALAZAR, Alonso, "Violencias Juveniles: ¿contraculturas o hegemonía de la cultura emergente?, en CUBIDES, op. cit., p. 112.

CONCLUSIONES

⇒ La comunicación humana es la combinación de múltiples procesos en los cuales el hombre juega un papel de primordial importancia, ya que se comunica no sólo a través de las palabras sino también a través de sus silencios. Por lo tanto, no es un ente pasivo que sólo recibe información.

⇒ Los medios de comunicación (incluida la música) transmiten mensajes abiertos, públicos y no privados, lo cual le da oportunidad al receptor de estos mensajes de interpretarlos y adaptarlos a su realidad según el contexto en el que se ha desarrollado y vive.

⇒ El proceso de socialización del individuo juega un papel de suma importancia en el desarrollo y conformación de su personalidad, ya que es mediante este proceso que el adolescente adquiere la mayoría (por no decir todos) los valores, la moral, creencias, actitudes que lo acompañarán a lo largo de su vida.

Aunque entre algunos miembros de la sociedad existe la tendencia a sobrevalorar el efecto ejercido por los medios de comunicación, se les atribuye efectos que corresponden a la estructura social y se olvidan que los medios y sus mensajes son una consecuencia de la sociedad misma.

⇒ Actualmente en nuestro país vivimos una transculturización proveniente sobre todo los Estados Unidos, a través de las industrias culturales, los medios de comunicación y las supertecnologías de la información (Internet es el ejemplo más acabado aunque no el único).

Los jóvenes escuchan música en inglés por la transculturización que estamos viviendo, por status, por diferenciarse del resto de la gente, para sentirse parte de un mundo y una cultura a la cual no pertenecen.

Esta transculturización no se limita sólo al aspecto de los medios de comunicación, del arte y la cultura. Actualmente manejamos tarjetas de crédito con

las que gastamos más de 4 mil millones de pesos al mes. En nuestro país existen 70 establecimientos de Burger King y 138 de Mc Donald's (hasta enero de 1999) y se están extendiendo las cadenas de restaurantes especializadas en comida estadounidense. Entramos a los programas de intercambios culturales que nos permiten ir a estudiar a escuelas norteamericanas, etc.

⇒ Debido a este proceso de transculturización que estamos viviendo la música en inglés se está convirtiendo en parte de nuestra cultura (aunque no entendamos las letras de las canciones) y por nos han hecho pensar que es la mejor. Así cada vez son más las estaciones de radio que transmiten música en inglés, adoptando un formato inglés - español.

⇒ Las actitudes que los jóvenes tienen frente a la sexualidad, la violencia y la drogadicción tienen su base en las relaciones familiares, ya que es de este entorno familiar de donde toman los primeros elementos para conformar su personalidad.

⇒ Se culpa a los medios de comunicación de que los adolescentes practiquen su sexualidad, de que consuman drogas, de que sean violentos, que no crean en el matrimonio, del aumento en el número de abortos, en fin se les acusa de ser los transmisores del mal, olvidando que el adolescente va conformando su personalidad desde el momento de su nacimiento.

La sociedad se olvida que es ella con su doble moral y su desintegración la que ha orillado a los jóvenes a cometer actos de violencia, a perder la fe en instituciones como el matrimonio y la iglesia; y culpa a la música para no enfrentar su responsabilidad.

⇒ Los adolescentes ya traen consigo un cierto bagaje cultural, de valores y de conductas que han percibido de su entorno, así que los mensajes de la música y de los demás medios de comunicación sólo refuerzan las creencias de los jóvenes acerca de lo que es o no aceptable para ellos mismos y para la sociedad.

Este refuerzo por parte de los medios se encuentra muy lejos de ser la única influencia para que los jóvenes desarrollen ciertas actitudes o adopten tal o cual personalidad.

⇒ Los cantantes son personajes que marcan hitos y ocupan en la vida de los jóvenes un papel importante como referentes de identidad. Son héroes vistos por los jóvenes como seres "perfectos" que viven al son de las exigencias de la publicidad, sus productos son masivos y tienen vidas consideradas exitosas. Por eso son modelos que merecen ser imitados por los jóvenes.

El cantante, el presentador de televisión, el actor son los héroes de la muchedumbre. Lo que los jóvenes adoran es la capacidad de estos personajes para triunfar en los medios.

⇒ Los modelos presentados por los medios de comunicación han establecido un prototipo de belleza a seguir. Así vemos en la televisión cantantes que tienen un cuerpo "perfecto", son bien parecidos, visten a la moda, etc., aunque no canten o bailen, su apariencia los hace ser lo más difundido por los medios.

De esta manera, hay muchas personas que realmente tienen talento, pero por no cumplir "los estándares de belleza" no obtienen la difusión necesaria. Un ejemplo de esta situación podría ser *Lila Down*, que proviene de madre indígena y tiene los rasgos de ella, y además canta en Nahuatl.

⇒ Los medios de comunicación no son causa única de la transformación de la sociedad, por mucho que reflejen y ayuden a ilustrar lo que está ocurriendo en ella.

⇒ La música aporta múltiples elementos para la conformación de la personalidad de los adolescentes, esto lo hace a través de dos medios principalmente: el auditivo, que serían los mensajes de las canciones; y el visual, que se da a través de la imagen de los cantantes.

⇒ La música es un medio de comunicación que cumple las mismas funciones que los demás medios, es decir, transmite mensajes públicos y abiertos. Lo cual da pauta para que el joven los interprete y obtenga de ellos lo que le convenga y deseche lo que no le sirve.

⇒ Los medios de comunicación producen y venden signos, mensajes, modas, ídolos, gestos, actualidades y urgencias quita - pon. Fervores y delirios colectivos, efineros. Sueños, deseos, valores y normas de comportamiento de enorme fugacidad. Famas, seducciones que se destruyen casi en el mismo momento de su consagración electrónica.

Esto es cuando un cantante alcanza la fama mediante los medios de comunicación o su disco alcanza altas ventas, ya hay alguien que viene de tras para arrebatarse este lugar privilegiado.

⇒ De acuerdo con *Jürgen Dollase* y *Rainer Dollass* (autores de un artículo llamado *La música ligera*, ya citado en nuestro trabajo), a la música (sobre todo a las "frívolas canciones de moda" como ellos las llaman), se le ha atribuido distintos efectos "nocivos" sin algún tipo de prueba. Una misma pieza de música puede tener efectos distintos en los diferentes receptores. Lo que a una persona le tranquiliza a otra le pone nerviosa. Así no todos los sujetos codifican igual el mensaje de la música por lo tanto no pueden observar las mismas actitudes.

⇒ La música junto con los demás medios de comunicación, pero sobre todo paralela al contexto económico, social y cultural del individuo, aportan los elementos necesarios para que el adolescente conforme su personalidad. Pero al final es sólo él quien decide que toma y que descarta de los mensajes que cada uno de ellos le envía; para de esta forma conformar la personalidad que desea y con la cual se sienta pleno y seguro, que no le produzca ninguna culpa, sino que al contrario lo lleve a alcanzar sus metas.

A

N

E

X

O

S

MÚSICA Y VIOLENCIA. EL ROCK DE LA MUERTE.

FERNÁNDEZ, Fernando.,

Viceversa N° 73

México, Junio de 1999.

Por. Oscar Sarquiz F.

Uno de los fenómenos más sórdidos del rock es su filiación satánica, que comienza con el gusto pueril por la muerte y sus simulacros y termina en una violencia concreta. En este texto, el crítico Óscar Sarquiz valora sus diversas influencias, desde la mitología escandinava hasta la ideología fascista, para mostrarlo tal cual es: una compulsión.

Eros y Tanatos conviven en las artes, y música y rock no son la excepción; pero el último parece estarse vengando de la larga preponderancia del primero en la música popular. Tras la masacre perpetrada el pasado 20 de abril en la prepa Columbine de Littleton, Colorado, por los jóvenes pistoleros Eric Harris y Dylan Klebold, los medios de comunicación señalan dos coacusados en su intensa matanza de 12 condiscípulos y un maestro: Internet anarquista y el rock de Marilyn Manson, Ramstein y KMFDFM que - sin más pruebas que esta letra hallada en el web site de Harris - se afirma preferían, e inspiró:

"He venido a estremecer tu mundo

he venido a estremecer tu fe

anatemático anarquista

he venido a tomar mi lugar.

Yo soy tu inconsciencia

soy exceso irrestricto

metamórfica inquietud

yo soy tu apocalipsis

soy tu creencia en bruto

monolítica deidad cruel...

yo.

Onda de choque

ataque masivo
explosión atómica
el bastardo ha vuelto."

Los linchamientos del rock no son nuevos, pero las destrucciones públicas de discos a su surgimiento en 1955, resurgen en el ambiente propicio, a la quema de brujas de nuestros inciertos tiempos. Milenario y apocalíptico, este fin de siglo ha generado una banda sonora idónea en estilos musicales que reflejan estertores y espasmos de nuestra civilización con nitidez narcisista y un horizonte sonoro tan horrrisono cual el bíblico Armagedón.

Depresión, irá, sexo - y sexismo -, lenguaje profano, oscurantismo y hasta modernos acólitos del "maligno" (doquiera despache; véase la cinta El abogado del diablo) proliferan en el rock de esta última década, pero la historia de tal temática es larga y añeja: el ancestral blues abunda en dolidos relatos de bancarrota amorosa y personal ("Odio el blues" cantó un viejo intérprete, "porque hizo de mi una ruina") como el memorable mito de su paradigma, el seminal guitarrista Roberto Johnson que supuestamente vendió su alma al diablo en un cruce de caminos por convertirse en memorable virtuoso en corto lapso de semanas.

Entre el pasional pop procreado por su forma urbana *rhythm & blues*, no escasearon historias de nota roja: el "toque de Midas" del barítono Johnny Ace que hizo de oro todo sencillo que grabó, se cortó violentamente la víspera navideña de 1954 al morir jugando ruleta rusa tras triunfal concierto en el Auditorio Cívico de Houston; y aunque Danny & The Juniors afirmaron su fe en 1959 cantando "Rock and roll is here to stay/ It will never die" ante la tragedia aérea donde murieron Buddy Holly, Richie Valens y Big Bopper, 24 años después su cantante Danny Rapp se dió un tiro en un motel de Arizona.

Desde su negro origen, sexo, droga, muerte y ocultismo están presentes en el rock: el esientóreo "Screamin'" Jay Hawkins (que cinéfilos memoriosos evocarán como el moreno y pachuco dependiente hotelero de la portentosa cinta *Mystery Train* de Jim Jarmusch) dejó onda huella desde mediados de los 50 con una imagen escénica macabra: emergía de un ataúd a cantar enfundado en negra capa de

vampiro, blandiendo un bastón cuya empuñadura era un cráneo, emuló en los 60 el excéntrico inglés "Screaming" Lord Sutch quien, menos dotado vocalmente, llamó la atención con una fallida candidatura política y la efímera colaboración de los famosos guitarristas Jeff Beck, Jimmy Page y Jimi Hendrix en el solitario álbum a su nombre. De la pagana espectacularidad por venir en escenarios rockeros fue agorero el ex estudiante de filosofía Arthur Brown, quien en 1968 cantó ataviado con toga multicolor, máscara ritual y tiara flamígera con su grupo The crazy world: "yo soy el dios del fuego infernal". Crucificado en escena en su siguiente proyecto, Kingdom Come, el autoproclamado dios del fuego infernal, concluyó su carrera arrestado por la policía italiana por desnudarse en escena (hoy pinta casas en Texas).

La semilla de fleur du mal plantado por los existencialistas escritores beat, y el materialismo antijipi del grupo neoyorquino Velvet Underground, fecundaron la rebeldía latente de Jim Morrison, hijo de un almirante naval que, fascinado por la muerte, el caos y los excesos, dio origen al shock - rock con sus conciertos legendariamente anárquicos. Tras sus pasos, Vincent Fournier, hijo de un ministro religioso rabiosamente rebelde a sus enseñanzas, adoptó para su grupo y luego para sí el nombre de un espíritu convocado por la tabla ouija: Alice Cooper, siniestro rockero espectáculo; y James Osterberg, joven judío cuya rígida educación inflamó una vocación anarquista, emergido del grupo The iguanas como Iggy Pop, némesis de la idolatría rockera y cordero de los pecados de ese submundo que frente a sus Stooges (chiflados) encarnó pesadillas de fans y detractores rockeros con autodestructividad suicida - a menudo compartida por su público - y constante desafío a los límites. De esta dicotomía significativa surgieron linajes opuestos pero complementarios.

Materialistas anárquicos

Descendientes directos de Jim Morrison e Iggy Pop, los punks , surgidos en Nueva York y Londres a mediados de los 70, engendraron generación tras generación de cada vez más violentos sociópatas cuya meta última era la destrucción del rock y la sociedad de consumo, no necesariamente en ese orden:

crecientemente iracundos, derivados de ese autodestructivo movimiento de dos décadas atrás como el hard core (origen de los inquietantes rituales llamados slam, mosh, stage diving y crowd surfing), el straight edge (su ala más inteligente y radical que repudia alcohol, drogas, tabaco y otros medios de control del sistema), el grunge (hijo bastardo del punk y el metal) y el noise (ruidosos experimentos sonoros al límite de la resistencia del auditorio), se aunaron al retorno del estruendoso heavy en ruda panoplia de cada vez más alarmantes esquirilas metélicas - power, speed, trash, death, grindcore y black metal - que polinizados por perversas mutaciones de música electrónica.

Oscurantistas apocalípticos

De la exhibicionista estirpe de Alice Cooper (hoy conservador golfista) descienden tanto exitosos como superficiales glam rockers, como Queen y los ultracomerciales Kiss, dimensión circense del rock espectáculo que aún medra engañando bobos a granel 27 años después de que el maestro escolar e incipiente bajista Chaim Witz (Gene Simmons) y el guitarrista Paul Eisen (Stanley) reclutaron a Peter Crisscoulá como baterista y al requintista Paul (Ace) Frehley para las más fructífera troupe de payasos que haya conocido el mundo (pobremente emulados por grupos tan olvidables como Left end, que arrojaba cubetadas de cucarachas al público, para motivarlo). Mucho más conocidos y exitosos, sus descendientes directos Mötley Crüe llevaron su hedonismo baratón, abusando de sexo y drogas hasta límites de muerte y prisión (su fundador, el baterista Nikki Sixx, estuvo clínicamente muerto seis minutos, y su baterista Tommy Lee en prisión otros tantos meses por maltratar a su esposa Pamela Anderson).

En Europa, el oscuro ejemplo dado a principios de los 70 por Black Sabbath y su cantante Ozzy Osbourn cundió cual fuego. Emulando su rock de Halloween por neometaleros de los 80 como Judas Priest y Iron Maiden, uno de ellos Venom, optó - como el yanqui King Diamond - por declararse satanista y literalmente abrió las puertas del infierno. Tras sus pasos, los noruegues Bathory pusieron ejemplo de una caterva de cada vez más peligrosos enemigos declarados del cristianismo oficial, que acabaron por identificar como una imposición cultural imperialista a su

paganismo autóctono. El asesinato del líder visible del llamado black metal nórdico Euronymous, guitarrista de Mayhem (mutilación criminal, confusión, pandemónium, pánico), a manos de su discípulo Varg Vikernes, cantante de Burzum (oscuridad), marcó el tránsito de este movimiento marginal de una fascinación pueril por lo sobrenatural no exenta de aspectos criminales (40 iglesias cristianas quemadas por fanáticos satanistas) a una politización de ultraderecha abocada a detonar la volátil situación política actual del viejo continente.

Torvos metaleros negros noruegos (Darkthrone), suecos (Nefandus o Abruptum, que dicen que graban en sesiones de tortura sadomasoquista), alemanes (Absurd, en prisión por asesinar a un fan incomodó), franceses (los racistas Funeral), ingleses (Cradle of filth, Gornorrah), rusos (los neonacionalistas Korrozia Metalla), polacos (Graveland) y estadounidenses (Decide - cuyo bajista Glen Benton luce orgulloso una cruz invertida en la frente, marcada con hierro candente - o los no menos sinceros Electric Hellfire Club, que han inspirado homicidas) comparten un aborrecimiento total de las avanzadas sociedades donde nacieron, y una esperanza en el surgimiento del nuevo orden de supremacía aria bajo valores paganos de supervivencia del más fuerte que sucederá al periodo de Ragnarok o ritual destrucción total de lo precedente que hoy se esfuerzan en incubar (aparentemente en marcha en Kosovo).

Son apenas un puñado; no eran más los que acompañaron al putsch de la cervecería, al mismo visionario cuyo 110 onomástico homenajearon Harris y Klebold con su masacre: Adolf Hitler (su acción, que ha tenido, por cierto, muchos antecedentes olvidados como el de los Lords of Chaos, seis homicidas adolescentes de Florida, fanáticos del metal satánico que ahí florece, atrapados en abril de 1966 tras ejecutar a un maestro mientras robaban para financiar una matanza similar en Disney World).

Más reciente y visiblemente, las tradiciones paralelas de espectacularidad siniestra y autodestructividad violenta se han mezclado con la novedad del tecnopop electrónico y el creciente decibelaje del rock metálico, y han dado paso a antihéroes tan notorios como el ultradepresivo pero talentoso Trent Reznor, líder del torturante

proyecto Nine Inch Nails; y su ahijado y sucesor, el notorio Reverendo Marilyn Manson (que no ha tenido mucha persistencia al reinventarse como el decadente glam rocker omega en su reciente álbum Mechanical Animals).

La reacción amarillista a los acontecimientos sangrientos de Colorado, y sus secuelas imitativas en Canadá, Nueva York y hasta Petatlán (en cuya escuela también fue hallada una bomba en una mochila), podría clavar la dolorosa estaca del boicot en el corazón de Marilyn Manson, cuyo talento publicitario lo ha convertido en imagen identificable del rock maldito. Su gira accidentada e irónicamente titulada Rock is dead, se venía deshilachando en secuencia de acontecimientos suficientemente patéticos como para compadecerlo: primero, su grupo coestelar Hole abandonó la gira, debido no a los sainetitos que Manson y Courtney Love (más maldita que rockera) protagonizaba en escena descalificándose uno a otro, ¡sino porque ésta se negó a seguir compartiendo el costo de los destrozos escénicos del Reve... rendo! Luego Marilyn hizo lo que toda diva en película de monstruos: se luxó el tobillo por insistir en saltar con altísimas botas de plataforma desde las bocinas de su puesta en escena - su acción más suicida hasta la fecha.

Varios congresistas estadounidenses se han tomado la molestia de llamar a su casa grabadora para exigir su expulsión sumaria por la rumorada predilección que le profesaban los gabardineros negros de Littleton; al parecer, la abuela - que si tuviesen les hubiera recordado considerar primero el mal ejemplo sentado para la juventud por los bombardeos de la OTAN contra la población civil en Yugoslavia (por no decir la felona hipocresía presidencial) - nunca tuvo tiempo de advertirles que el rock maldito, como "la yerba mala... nunca muere."

Las canciones de Alanis a la luz de una flor budista. Curso introductorio a la filosofía Morissette.

FERNÁNDEZ, Fernando.,

Viceversa N° 41

México, Octubre de 1996.

Por. Jordi Soler.

El fenómeno - le guste a quien le guste - es indiscutible, Alanis Morissette se erige como reina absoluta de un pop alebrestado. Desde que su primer sencillo You oughta know, invadió las estaciones de radio de las nuevas generaciones de mujeres adoloridas y los eternos entusiastas de palabras censuradas siguieron de cerca su larga sucesión de éxitos. Con motivo de la segunda visita de Alanis a México, Jordi Soler, melómano y locutor, nos ofrece su muy personal análisis de una filosofía cínica, bravía y - para algunos - ciento por ciento chabacana.

El análisis de una canción es sumamente serio. El analizador tiene que asumir que sabe tanto como el autor de la obra, y en ese instante, como por arte de la transmigración, el analizador de canciones empieza a parecerse al analizador de psiques, o analista, o mejor: sicoanalista. El doctor D. T. Susuki, en una de sus conferencias sobre Budismo Zen, le plantea a Erich Fromm que aunque pasara toda su vida contemplando una flor, el tiempo sería insuficiente para comprenderla. Al final de su planteamiento y no sin cierta mala leche, pregunta: ¿cómo pretenden entonces los sicoanalistas comprender, en una hora de sesión, a un ser tan complejo como el hombre? La pregunta fue contundente, dio en el centro de la amistad con el maestro Fromm y la desvaneció para siempre. Lo cierto es nunca nadie supo si las iniciales de Susuki, D. T., lo hacían Director Técnico de alguna agrupación budista. Analizar canciones puede ser tan arbitrario como analizar personas o flores, siempre se cae en los gustos, o conveniencias, o perversiones, de aquél que analiza.

En los últimos tiempos la figura de Alanis Morissette ha levantado acaloradas discusiones. Hay quienes sostienen que es la mejor propuesta de los últimos

tiempos, en contra de aquellos que aseguran que se trata de un mamotreto, con una estatura espiritual parecida a la que ostenta la niña cantante Fey, inflado a la fuerza de abusos radiofónicos. En un intento por eludir los extremos, enfrentémonos con las medallas oficiales (porque se difunden vía Internet por su compañía disquera) de la cantante canadiense.

Ha vendido más de doce millones de copias de Jagged Little Pill, su álbum más reciente. Sus conciertos se han vendido totalmente desde el inicio de su gira. A los seis años tocaba perfectamente el piano y a los nueve escribió su primera canción (estos dos detalles la emparentaron con Mozart, con la salvedad de que la obra de Mozart - niño es ampliamente reconocida, difundida y aplaudida; mientras que la de Alanis - niña permanece - probablemente por fortuna - inédita). A los diez años fundó su propio sello discográfico bajo el nombre de Lamore Records y ahí mismo, a esa misma edad, lanzó su primer sencillo (que aplaudieron sus tíos de Buffalo; eso sí, con bastante entusiasmo). En Internet existen, además de la página oficial, 3895 páginas que, como mínimo, mencionan su nombre. Ha ganado además una cantidad insólita de premios y ha permanecido cantidades insólitas de tiempo en listas de popularidad.

Como las medallas oficiales de Alanis son también un extremo (no de la opinión encendida, sino de la más cuestionable mercadotecnia), no queda más que oír su disco de manera individual y emitir el juicio que cada quien juzgue pertinente. Las siguientes consideraciones no son, de ninguna manera, un análisis; son un intento personal (con aspiraciones de colectivo) de acercamiento en español a la obra de esta famosa cantante. La traducción, sobra decirlo, no sólo es libre, también es libertaria, libertina y liberticida. Separándonos del análisis de Fromm y agarrando la estafeta del doctor (y director técnico) D. T. Susuki, intentaremos contemplar los exitosos sencillos de Alanis, como si fueran una flor.

Aunque los hits, o sencillos, no son necesariamente la totalidad de un disco; en una obra como Jagged Little Pill, que a producido tantos sencillos, podemos establecer que los hits, o sencillos, son francamente la totalidad del disco.

Comenzamos con la canción *All I really want*. Después de contarnos que "todo lo que realmente quiere" es una relación que tienda hacia otro objetivo que no sea el sexo, Alanis escribe una de sus líneas más desasossegantes: "todo lo que necesito ahora es un coito intelectual" (lo de coito puede ser también: "cogida", "palo", o cualquier otro término que nos de idea de sexo sin más horizontes que el placer inmediato de venirse cuanto antes tendiendo a la fugacidad. O también: sexo sin amor, ni amistad, ni nada por el estilo de por medio, a juzgar por la palabra en inglés *intercourse* para materializarse). Es decir que la relación intelectual que necesita, debe tener menos de intercambio platónico y más de violación cerebral, y sin embargo, durante toda la canción sostiene que "está fascinada por el hombre espiritual", que anda buscando "a su pareja espiritual", que quiere "algo de paz y de confort". Y no está mal en lo absoluto, sencillamente se trata de esa confusión irremediable entre la carne y el espíritu, que acaba invirtiendo el orden de los factores: el espíritu acaba siendo más carnal que la carne, el alma acaba teniendo más sexo que el mismo sexo.

La canción *You oughta know* puede quedar en los anales de las letras adoloridas. Se trata de la historia descarnada de una mujer que, fundamentada en esa convicción de "me la hiciste y ahora vas a enterarte del calibre de mi dolor, se arranca con una comparación, en clave de reclamación total, acerca de sus aptitudes amorosas de la actual pareja de su anterior pareja. Aunque no puede soslayarse que se trata de una canción escrita con valentía, tampoco podemos evitar, al trasladar sus letras al español, el simil con nuestra cantante más valiente, esa que no tiene empacho en gritar "hace tiempo que no siento nada al hacerlo contigo". Alanis dice por ejemplo: "¿es tan pervertida como yo? ¿sabe que me dijiste que estarías conmigo hasta que murieras?, pero sigues vivo; y estoy aquí para recordarte el desmadre que dejaste cuando te fuiste; ¿te olvidaste de mi señor duplicidad?, ¿piensas en mi cuando te la coges?." Y termina con una línea que rebasa con mucho los terrenos de lo adolorido, para instalarse abiertamente en los del vudú: "Cada vez que arañó la espalda de algún otro, tengo la esperanza de que tú lo sientas" (los arañazos en la espalda, desde luego).

El siguiente hit es una canción de nombre *Hand in my pocket* (mano en mi bolsillo). Esta traducción recuerda aquella película italiana de - prácticamente - el mismo nombre: *I pugni in tasca*, que en inglés fue traducida como *Fists in the pocket*. Poniéndonos exigentes deberíamos decir que mano en el bolsillo no es lo mismo que puños en el bolsillo. Esta película fue dirigida por Marco Bellocchino en 1965 y aborda el tema de una familia de epilépticos revuelta con varios asesinatos. A pesar de la coincidencia en los nombres, la canción de Alanis y la obra de Bellocchino no tienen ninguna otra similitud y viene a funcionar como la contraparte de *You oughta know*, la canción adolorida. Aquí el optimismo indiscriminado es la columna vertebral: "Estoy quebrada pero feliz. Soy pobre pero generosa. Soy chaparra pero saludable. Y cuando todo se viene abajo, es porque todo va a estar muy bien." Hay pocas cosas que agregar a esta explosión de optimismo: quizá podríamos decir que tanta felicidad conduce necesariamente a la infelicidad o, de plano, que el optimismo es el más timorato de los pesimismos.

Ya para el sencillo de *You learn*, Alanis se trepa al púlpito (cuidado con el acento en la U, un descuido puede convertir este balcón desde donde los padres tiraban línea moral a sus fieles, en un ejemplar pequeño de pulco) y dice: "Yo recomiendo que tu corazón sea pisoteado por cualquiera. Yo recomiendo caminar desnudo (a). Trágate lo, vaya pildorita dentada. Se siente bien nadando en tu estómago. Espera hasta que el polvo se asiente". Y luego el rumbo de la canción se aclara, hacia la idea (nada mala, y tampoco nada nueva) de que para vivir plenamente hay que embarrarse. Recordando aquellas líneas del poeta que han pasado con los años a la grosera, y también sabrosa, lista del refranero popular: "Hay aves que cruzan el pantano y no se manchan"; diríamos mejor, en reversa perfecta y en perfecto desorden, que: Además de atravesar el pantano, hay que tratar de mancharse lo más posible para no llegar a la otra orilla (de la existencia que es innegablemente un pantano) con esa pureza que se asemeja bastante a la pendejes. Alanis dice: "Vives y aprendes. Amas y aprendes. Lloras y aprendes. Pierdes y aprendes. Sangras y aprendes. Gritas y aprendes."

La otra canción muy famosa, o sencillo, o hit, es *Ironic*. En sus líneas encontramos la evidencia de que, efectivamente, como en la rola *Hand in my pocket*, tanta felicidad conduce a la infelicidad. A base de situaciones irónicas tendientes más bien a la chabacanería, ostentando un humor que bien podría pertenecer a una película de Jim Carrey, el insoportable: "Un hombre viejo cumple noventa y ocho años, gana la lotería y al día siguiente muere". O: "Es como la lluvia el día de tu boda." O: "Es como diez mil cucharas cuando todo lo que necesito es un cuchillo." O. "Es conocer al hombre de mis sueños, e inmediatamente después conocer a su bella esposa. ¿No es esto irónico?", pregunta Alanis (y nosotros con ella) en el coro de esta canción.

La amistad entre D. T. Susuki y Erich Fromm terminó con el ejemplo de la flor, Fromm pudo haber respondido que las flores no hablan, por eso los sabios tardan toda su vida en comprenderlas; pero seguramente el doctor Susuki, haciendo gala de otra carga de mala leche, le hubiera respondido que las flores no hablan para los psicoanalistas, pero si para los budistas zen; y entonces Fromm hubiera argumentado otra cosa, que hubiera hecho de esta historia el cuento de nunca acabar.

BIBLIOGRAFÍA

1. AGUSTÍN, José, La contracultura en México, Ed. Grijalbo., México 1996., pp. 239.
2. ALCARAZ, Víctor., Drogas y conducta, Ed. Trillas, Septiembre 1983, México, pp. 322.
3. ARIAS, Galicia Fernando., Lecturas para el curso de metodología de la investigación, Ed. Trillas, 8ª reimpresión, Octubre 1990, México , pp. 267.
4. ARNHEIM, Rudolf., Estética radiofónica, Ed GG, Barcelona 1980 pp. 169.
5. BALLEY, Francis., Comunicación y sociedad, Ed. Tercer mundo. Colombia 1989., Edición Facsimilar
6. BARNOUW, Víctor., Cultura y personalidad, Ed. Troquel., Argentina 1967., pp. 507.
7. BATESON, Birdwhistel, et. al., La nueva comunicación humana, Ed. Kairós, 4ª edición, Barcelona 1994, pp. 378.
8. BERLO., David K., El proceso de la comunicación, Ed. El ateneo., Argentina 1996., pp. 173.
9. BONILLA, Vélez Jorge Ivan, Violencia, medios y comunicación, Ed. Trillas, México 1995, pp. 217.
10. BRENNAN, Juan Arturo, Cómo acercarse a la música, Ed. Plaza y Valdes, 1ª reimpresión, México 1996, pp. 203.
11. BRUNNER, José Joaquín, Notas sobre cultura popular, industria cultural y modernidad, pp.
12. CARNOY, Martín, La educación como imperialismo cultural, Ed. Siglo XXI, 4ª edición, México 1982, pp. 349.
13. CÁZARES, Hernández Laura, Técnicas actuales de investigación documental, Ed. Trillas, 1ª reimpresión, México 1991, pp. 194.
14. CHÁVEZ., de Sánchez María I., Drogas y pobreza, Ed. Trillas., México 1990., pp. 135.
15. CHIMAL, Carlos., Crínes. Otras lecturas del rock, Ed, Era., México., pp. 250.

16. CUBIDES, Humberto, Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades., Ed. Siglo del hombre., Colombia 1998., pp. 326.
17. CUETO, Juan, Mitologías de la modernidad, Ed. Aula Abierta Salvat, Barcelona 1982, pp. 63.
18. DE LA GARZA, Fidel, La juventud y las drogas, Ed. Trillas, 2ª edición, México 1990, pp. 203.
19. DE LA TORRE, Zermeño, Taller de análisis de la comunicación 1 y 2, Ed. McGraw Hill, México 1995, pp. 198. , Tomo 2 pp. 213.
20. DESCAMPS, Marc Alain, Psicosociología de la moda, Ed. FCE, México 1986, pp. 271.
21. DUNN, S. Watson, Publicidad. Su papel en la mercadotecnia moderna, Ed. Unión Tipográfica, México 1980, pp. 700.
22. ECO, Umberto, Psicología del vestir. Pp.
23. ENGLE., T. L., Psicología. Principios y aplicaciones, Ed. Publicaciones cultural, México 1977., pp. 627.
24. FERRER, Eulalio, La publicidad. Textos y conceptos, Ed. Trillas, 3ª reimpresión, México 1999, pp. 293.
25. GALLARDO, Cano Alejandro, Curso de teorías de la comunicación, Ed. Cromocolor. Serie Comunicación. México 1998., pp. 169
26. GARAY, Cruz Luz Ma. Antología: Otros medios de comunicación., Tesis profesional de licenciatura, México 1994., pp. 412.
27. GUBERN, Román, El eros electrónico, Ed. Taurus, México 2000, pp. 225.
28. GUIRAUD, Pierre, El lenguaje del cuerpo, Ed. FCE, 2ª reimpresión, México 1994, pp. 120.
29. HORKHEIMER., Max., La familia y el autoritarismo., Ed. CCH - Ote., pp. 177-194.
30. KAGELMAN, Jürgen, Psicología de los medios de comunicación, Ed. Herder, Barcelona 1986, pp. 398.
31. MANN, León, Elementos de psicología social, Ed. Limusa, 7ª reimpresión, México 1980, pp.199.

32. MARTÍNEZ, Galiana Jota., Marilyn Manson. La bestia entre nosotros., Ed. La máscara., España 1998., pp. 63.
33. MARTÍNEZ, Rentería Carlos., CulturacontraCultura., Ed. Plaza & Janes., México 2000., pp. 206.
34. MASTERS, William H. La sexualidad humana 3., Ed. Grijalbo, pp. 670.
35. McQUAIL, Dennis, Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Ed. Paidós Comunicación, 2ª edición, México 1996, pp. 452.
36. MILLÁN, Soberanes Juan F. Violencia en la familia., Ed. SEP, México 2000., pp. 64.
37. MODELL, Walter. Drogas., Ed. Colección Científica de TIME LIFE., E. U. A. 1967, pp.
38. MUNNÉ, Frederic, Psicosociología del tiempo libre. Ed. Trillas, 5ª reimpression, México 1989, pp. 201
39. O'GUINN, Thomas C., Publicidad. Ed. Thompson, México 1999, pp. 623.
40. PAOLI, Antonio, Comunicación e información. Perspectivas teóricas. Ed. Trillas, 2ª edición, pp. 11-17.
41. PARDO, José Ramón, La música pop. Grandes corrientes 1955 - 1984. Ed. Aula Abierta Salvat, Barcelona 1985, pp. 64.
42. RAMÍREZ, Cahue Héctor, Individuo y sociedad. Ed. Nueva Imagen, México 1995, pp. 171.
43. RODAS, Salinas, Información y comunicación. Ed. GG, 2ª edición, México 1992.
44. ROJAS, Soriano Raúl, Guía para la realización de investigaciones sociales. Ed. Plaza y Valdes, México 1987-2000, pp. 437.
45. SADOUL, Georges, Historia del cine mundial. Ed. Siglo XXI, 16ª edición, México 1998, pp. 828.
46. SALAZAR, José Miguel, Psicología social. Ed. Trillas, 6ª reimpression, México 1989, pp. 427.
47. SANTIAGO, Zoraida, Psicología., Ed. Scott Foresman Company, E. U. A., 1989, pp. 710.

48. SCHRAMM., Wilbur., La ciencia de la comunicación humana., Ed. Roble, México 1974, pp.166.
49. SHERIF, Muzafer, Problemas de la juventud. Ed. Trillas, 1ª reimpresión, México 1975, pp. 384.
50. SMITH, Ronald, Psicología. Fronteras de la conducta. Ed. Harla, 2ª edición, México 1982, pp. 924.
51. THOMPSON, John B, Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Ed. Paidós, España 1998, Edición Facsimilar.
52. TORNERO, Díaz Carlos, La actitud del hombre frente a la vida. Ed. Porrúa, México 1991, pp.306.
53. WILSON, Bryan Key, Seducción Subliminal. Edición Facsimilar.

HEMEROGRAFÍA

1. AGUIRRE, Soledad, "Bienvenido Welcome" en la revista QUO N° 17, México, Marzo 1999.
2. CANCLINI, García Néstor, "Fin de los 90. La cultura no será la del inicio de esta década". Reforma, 26 de enero de 1996, Secc. Cultura.
3. CARREÑO, Figueras José, "Dos estudiantes en E. U. A. dispararon contra sus compañeros; mataron a 25 y se suicidaron" en El Universal, México 21 de Abril de 1998.
4. COSÍO, Rodrigo, "La imagen de una década, New Wave, canciones para la pantalla" en ERES N° 253, México 1° de enero de 1999.
5. MITCH Herskowitz, Hit parader, E. U. A., Febrero 1997.
6. O'PAZO, Ricardo en la revista Kerrang! Megametal, España 1997.
7. QUINTANA, Garay Alfredo., "Cómo influye la globalización en la vida diaria. I globe you" en QUO N° 40, México Febrero 2001.
8. SARQUIZ, Óscar., "Música y violencia. El rock de la muerte" en Viceversa N° 73. México, Junio 1999.
9. SOLER, Jordi., "Las canciones de Alanis a la luz de una flor budista. Curso introductorio a la filosofía Morissette.", en Viceversa N° 41, México, Octubre 1996.

DISCOGRAFÍA

1. AMORES PERROS, Música original de la película, SURCO Records, 2000.
2. AUTE, Luis Eduardo y Rodríguez Silvio, Mano a Mano, BMG, 1993.
3. .BACKSTREET BOYS, Milleniurn, Zomba Records, 1999.
4. BEATLES, One, EMI Records, 2000.
5. BIG HITS 90's, Universal Music, 2001.
6. BODY TALK, Forever yours, Time Life Music, 2001.
7. BUSH, Razorblade suitcase, Universal Music.
8. CAIFANES, El nervio del volcán, BMG, 1994.
9. El SONIDO AZUCARADO DE LOS 70, Amporfon, 1986.
10. GREAT EXPECTATIONS, The album, 20th Century Fox, 1997.
11. IRON MAIDEN, Best of the beast, EMI Record 1996.
12. KISS, Greatest Kiss, Mercury Records 1997.
13. LIVE, Secret Samadhi, Radioactive Records 1997.
14. LO MEJOR DEL ROCK & ROLL, 30 éxitos increíbles, PREN, 1981.
15. MARILYN MANSON, Portrait of an american family Nothing 1994.
16. MARILYN MANSON, Smells like children, Nothing 1995.
17. MARILYN MANSON, Antichrist superstar, Nothing 1996.
18. MECANO, Ana, José, Nacho, BMG, 1998.
19. METALLICA, Apocalyptica, Mercury, 1996.
20. MORISSETTE, Alanis, Jagged little pill, Maverick Recording Company 1995.
21. NIRVANA, In utero, Gelfen Records 1993.
22. PINK FLOYD, The wall, Sony Music Entertainment 1999.
23. PRESLEY ELVIS, La leyenda viviente, Reader's Digest México 1995.
24. ROCK & POP, Años maravillosos. Grandes éxitos en inglés, Reader's Digest México 1996.
25. ROCK & ROLL, Grandes éxitos, Multimusic, 1982.
26. SANTA SABINA, MTV Unplugged, BMG, 1997.
27. SERRAT, Joan Manuel, Antología 67 - 81, EMI Records, 2001.

28. SEXO, PUDOR Y LAGRIMAS, Música de la película, Titán Production, 1999.
29. SHAKIRA, Pies descalzos, Columbia, 1996.
30. SINTEKS, Aleks, 89 - 99, EMI Music, 1999.
31. SMASHING PUMPKINS, Greatest hits, Virgin Records 2001.
32. SOUND OF THE 70, 1978, Time Life Music, 1999.
33. SPEARS BRITNEY, Oops! I did it again, Zomba Recording, 2000.
34. STONE TEMPLE PILOTS, Core, Atlantic Recording Corporation, 1992.
35. SOUNDGARDEN, Supernknown, A&M Records 1994.
36. TOP OF THE POPS, Los grandes éxitos de 1970 - 1979, EMI Records, 1984.
37. U2, The best of 1980- 1990, ISLAND, 1998.